

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Сборник научных трудов XII Международной
научно-практической конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых

3–6 апреля 2013 г.

Томск 2013

УДК 1/.3(063)
ББК Сл0
А43

А43 **Актуальные проблемы гуманитарных наук:** сборник трудов XII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (3–6 апреля 2013 г.) / Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 567 с.

ISBN 978-5-4387-0251-1

В сборник включены статьи студентов, аспирантов и ученых России, ближнего и дальнего зарубежья по следующим направлениям: связи с общественностью и реклама, социально-культурный сервис и туризм, взаимодействие власти и общества в эпоху новой модернизации, таможенное дело, управление человеческими ресурсами, регионоведение, философия науки и образования, экономика инновационных преобразований и устойчивого развития.

Публикации представлены на русском, немецком и английском языках.

УДК 1/.3(063)
ББК Сл0

Редакционная коллегия

В.И. Турнаев, доктор исторических наук, профессор
Н.А. Колодий, доктор философских наук, профессор
А.А. Корниенко, доктор философских наук, профессор
Н.А. Лукьянова, доктор философских наук, профессор
Н.В. Трубникова, доктор исторических наук, профессор
Г.А. Барышева, доктор экономических наук, профессор
Е.В. Галанина, кандидат философских наук, доцент

ISBN 978-5-4387-0251-1

© ФГБОУ ВПО НИ ТПУ, 2013
© Институт социально-гуманитарных технологий ТПУ, 2013

СЕКЦИЯ 1

«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА»

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ВЫСТАВКИ – ЯРМАРКИ (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТАВКИ «ОТ ПОКАЯНИЯ К ВОСКРЕСЕНИЮ РОССИИ»)

Баранова А.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Выставки и ярмарки занимают особое место в арсенале средств рекламного воздействия на потребителя, так как предоставляют очень широкие возможности в отношении демонстрации рекламируемых изделий для установления прямых контактов с непосредственными покупателями. Сосредоточение образцов огромного количества товаров дает возможность покупателю в короткое время ознакомиться с существующими на рынке предложениями, получить необходимую консультацию от специалистов, сопоставить цены и качественные характеристики, провести переговоры и обговорить коммерческие условия и, наконец, подписать контракт. При этом покупатель имеет возможность ознакомиться с товаром в действии, с приемами его работы, областью применения и эффективностью. Эти факторы обеспечивают большую популярность выставок и ярмарок и, как следствие, привлекают огромное количество посетителей.

Ярмарки зародились как мероприятие рыночного характера, основной целью которого являлся сбыт. В отличие от них выставки возникли как средство публичной демонстрации тех или иных достижений человечества и изначально носили сугубо просветительский характер, но по мере развития приобрели ярко выраженную коммерческую направленность. Таким образом, целью ярмарки является предоставление ее участникам-экспонентам возможности выставить образцы своего производства и продемонстрировать их возможности с целью заключения торговых сделок, в то время как цель выставки – демонстрация достижений организаций одной страны или различных стран в одной или нескольких отраслях производства, науки и техники.

Современный выставочный и ярмарочный бизнес динамично развивается. Он широко использует Интернет – самый удобный для потенциальных экспонентов и посетителей способ обмена информацией. На сайте выставочной компании можно поместить такую информацию, как план выставок, координаты и имена ответственных лиц за каждую выставку или ярмарку, планы экспозиций; условия участия, списки участников, с которыми ведутся переговоры и с которыми подписаны документы; программы семинаров, конференций, пресс-конференций для каждой выставки. В современных дискуссиях о будущем ярмарки или выставки обсуждается также вопрос необходимости непосредственного физического присутствия в качестве посетителя выставки. Данный аспект обусловлен широким использованием телекоммуникаций, т.е. заменой классической ярмарки «теле-ярмаркой». С технической точки зрения это осуществимо. Но в этом случае пропадает сама атмосфера выставки – ярмарки. А именно она в значительной степени способствует успеху развития компании и продаж на ярмарках.

В России прослеживаются благоприятные тенденции в развитии выставочной и ярмарочной деятельности. В сфере отечественного выставочного бизнеса специалисты отмечают появление таких важных тенденций как рост количества специализированных выставок по сравнению с универсальными (соответственно, 76% и 24%), что весьма выгодно фирмам-экспонентам, рост числа российских фирм, участвующих в международных выставках, а также увеличение интереса зарубежных фирм к российским выставкам-ярмаркам. Этот бурный рост выставочной активности в настоящее время свидетельствует о стремлении предпринимателей восстановить старые и найти новые хозяйственные связи и постепенно занять значительные позиции на мировых рынках, а также о высокой степени эффективности данного вида коммуникации с потребителем [1].

Сегодня самым распространенным типом выставки в России является тематическая специализированная выставка с четко определенной программой. Выставочные продукты и группы товаров перечислены в номенклатуре. На специализированных выставках обычно представлены определенные продукты, классифицированные по своему происхождению соответственно изготовителям, часть из которых ориентирована на конкретные группы потребителей [1].

Процесс организации выставки представляет собой сложный комплекс организационных, договорных, в некоторых случаях – дипломатических мероприятий. Характерной особенностью современного этапа развития отечественного выставочного дела является резко выраженная тенденция коммерциализации выставок. В подавляющем большинстве случаев их организаторы ставят своей основной целью получение дохода от проведения выставочных мероприятий.

Рассмотрим общую схему организации тематической специализированной выставки на примере международной православной выставки-ярмарки «От покаяния к воскресению России», проходившей в

г. Томске в период с 23 по 28 ноября 2012 года в деловом центре «Технопарк». Ее подготовка и проведение включают нижеперечисленные основные этапы [3].

Первый этап это принятие решения о проведении выставки. В зависимости от характера выставки, ставящихся перед нею задач и особенностей экспонентов, решение о ее проведении может приниматься на правительственном уровне, органом местного самоуправления или высшим управленческим органом крупной фирмы. Решение о проведении православной выставки было принято по благословию Его Высокопреосвященства, Высокопреосвященнейшего Ростислава, архиепископа Томского и Асиновского. Организаторами православной выставки выступили Томская и Асиновская епархии, а также выставочное общество «Уральские выставки» [3]. Инициатором выступило общество «Уральские выставки», занимающееся организацией православных выставок по регионам России с 2005 г.

Этап подготовки и организации выставки включает в себя такие аспекты как официальное объявление о проведении выставки с указанием целей, основной тематики, сроков представления заявок и работы выставки, формирование структуры управления подготовкой и проведением выставки, прием заявок на участие в выставке и комплекс подготовительных организационно-технических мероприятий. Основными из них являются следующие шаги – распределение выставочных площадей между участниками, расчеты за выделяемые площади и материальные ресурсы, оговариваются размеры авансовых платежей. Далее начинается монтаж экспозиции и происходит торжественное открытие выставки и официальный осмотр. На открытии международных отраслевых выставок, как правило, присутствуют заместитель главы правительства или министр соответствующей отрасли, приглашаются послы стран-участниц выставки. Затем выставка открывается для посетителей. Обычно это следующий день после официального открытия. Многие выставки первую половину дня открыты для специалистов и представителей деловых кругов, а вторую – для широкой публики. Торжественное открытие православной выставки «От покаяния к воскресению России», начавшееся молебном, было свободным для всех посетителей. Открытие возглавил архиепископ Томский и Асиновский Ростислав.

Далее выставка продолжается согласно разработанной рабочей программе. По окончании молебна хоры Пастырского и Регентского отделений духовной семинарии представили концертную программу. Программа выставки включала в себя презентации различных проектов Томской епархии: клуба «Православные семейные встречи», дискуссионного киноклуба «Светлое кино», мастер-классов по рукоделию и каллиграфии, лекции томских священников и семейного психолога. На выставку была привезена икона с частицами мощей Блаженной Матроны Московской. Также на православном проекте можно было приложиться к другим святыням: мироточивые и кровоточивые иконы – Божия Матерь Иверская, Донская Божия Матерь, Св. мученица Татиана (монастырь Иоанна Златоуста, Молдова); икона «Вифлеемских младенцев» с печатью от Гроба Господня (Храм Николая Чудотворца, Палестина, г. Бет-Джалат); икона «Неупиваемая чаша» (Церковь Покрова Божией Матери, Россия, Тверь); икона Серафима Саровского с частицей мощей (Храм всех скорбящих Радость, Казань); ковчег с 12 частицами мощей святых из монастыря Глинская пустынь; мироточивая икона Божией Матери «Скоропослушница» (Введенский женский монастырь, Россия, Иваново); икона Георгия Победоносца с частицей мощей, икона «Нерукотворный образ» (г. Ровно) и другие. ООО ХПП «Софрино» РПЦ представило на православном проекте предметы церковного обихода. Мирские предприятия привезли на выставку промышленные товары, продукты и товары для здоровья: мед и медовая продукция, конфитюры, восточные сладости, камчатская рыба, белорусские деликатесы. На стенде «Греческая лавка» были представлены королевские маслины и оливки, оливковое масло из Греции [3].

После официального закрытия выставки производится демонтаж выставочной экспозиции, а также распределение или продажа, безвозмездная передача экспонатов и оборудования, или их обратная транспортировка. Оргкомитет подводит итоги выставки с точки зрения достижения поставленных целей (количества посетителей, объема заключенных контрактов).

В процессе участия общества или организации в выставке она взаимодействует с различными руководящими и рабочими выставочными структурами. Умелая организация этого взаимодействия во многом определяет успех участия в выставке. Основные руководящие органы выставки (организационный комитет и научно-технический центр) формируются, как правило, одновременно с решением о проведении выставки. Организационный комитет утверждает тематическое содержание выставки, список участников, разрабатывает и контролирует исполнение плана подготовки и проведения выставки, утверждает регламент работы выставки и подводит итоги выставки. Научно-технический центр участвует в разработке тематического плана выставки, собирает информацию об участниках, ответственен за проведение мероприятий, организует работу в рамках выставки. Коммерческий центр выставки призван координировать предпринимательскую деятельность на выставке фирм-участниц. В общей сложности в выставке «От покаяния к воскресению России» приняло участие более 150 монастырей, подворий, духовных издательств, образовательных центров Русской Православной Церкви. Участники представили разные страны: Россию, Белоруссию, Украину, Грецию, Израиль, Молдову [3].

Рекламный отдел фирмы-организатора выставки обеспечивает весь комплекс коммуникаций выставки. Для этого отдел после принятия решения о проведении выставки совместно с оргкомитетом и научно-техническим центром организует серию публикаций о выставке в средствах массовой

информации; разрабатывает и издает рекламные выставочные буклеты, листовки и плакаты, организует их рассылку и расклейку; разрабатывает и руководит изготовлением средств наружной рекламы выставки; в период проведения выставки организует передачи по внутривыставочной радиосети, обеспечивает освещение хода выставки в средствах массовой информации; по отдельным заявкам фирм-экспонентов проводит на выставке рекламные мероприятия, рассылает рекламные материалы фирм потенциальным заказчикам и посредникам.

Значительный интерес, с точки зрения решения коммуникационных задач, для фирмы-участницы выставки представляет деятельность пресс-центра выставки. В его основные функции входит: подготовка и проведение пресс-конференции по случаю открытия выставки, проведение аккредитации корреспондентов и приглашение их на пресс-конференции, подготовка пресс-релизов и других информационных материалов для журналистов, оказание помощи аккредитованным на выставке журналистам в сборе материалов, организации проведения репортажей и интервью с участниками выставки и оказание помощи иностранным участникам выставки в проведении пресс-конференций по случаю дней страны на выставке и другое.

Таким образом, в настоящее время выставки и ярмарки являются одним из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций и обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, а также приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Знание технологии проведения и организационной структуры работы выставки-ярмарки становится одним из наиболее актуальных требований для осуществления успешной коммуникации любой организации непосредственно с ее целевой аудиторией.

Список использованных источников и литературы

1. Богданов В. Участие в выставках и ярмарках – URL: <http://www.fincareer.ru/advertis> (дата обращения 17.03.2013).
2. Михайлова Е. Роль выставки в системе маркетинговых коммуникаций – URL: <http://www.uefexpo.ru/?id=60367> (дата обращения 12.03.2013).
3. Официальная страница мероприятия «От покаяния к воскресению России» – URL: http://pravosl.uv66.ru/vystavka/vyezd/2012/_tomsk_2012/_info_tomsk_2012/ (дата обращения 12.03.2013).

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ К РЕКЛАМНОМУ СООБЩЕНИЮ

Батуева С.Д., Николенко Д.П., Кондрасюк В.А., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Актуализирует данную тему, прежде всего, растущая автономизация отношений в обществе, которая сделала экономически выгодным обман, к которому стали прибегать массовые группы населения в 90-е гг. XX века. Одновременно, однако, в эти годы развивалась и тенденция защиты от обмана, которая сегодня стала вполне очевидной. Взросление, интеллектуализация российского рынка, его сближение с европейскими стандартами сделало достоверную информацию ценным и продаваемым товаром. Последнее имеет прямое отношение к рекламе.

Несмотря на то, что достоверная реклама не увеличивает продаваемость некачественных или устаревших товаров, а также не выдает плохую репутацию за хорошую, ей под силу наладить оперативную связь массового потребительского поведения с изменением параметров товарной среды. Например, с помощью достоверной рекламы производитель может быстро восстановить свою пошатнувшуюся репутацию, если качество его работы действительно улучшилось. Или же, напротив, потерять финансовые показатели из-за ухудшения своей работы и возросшего давления конкурентов. Достоверная реклама подходит не всем производителям; она может быстро разрушить популярный бренд, если он не поддерживается содержательно, а также раскрутить новый, если он заслуживает доверие потребителя.

Цель статьи – рассмотреть некоторые, наиболее эффективные способы повышения доверия потребителя к рекламному сообщению.

Снижение коммерческой нагруженности рекламы. Мысль о том, что рекламист нахваливает товар или услугу не потому, что получает за это материальное вознаграждение, а лишь потому, что удовлетворен им, активно подталкивает покупателя к приобретению данного товара. Такую рекламу обычно называют «сарафанным радио», она эффективна, хотя и лишена широкого аудиторного охвата и хорошей динамики из-за отсутствия достаточной тесной связи со СМИ. Налаживанию же этой связи препятствует неизбежная коммерциализация рекламного сообщения в процессе его контакта со СМИ, что приводит к снижению эффекта достоверности. Решение этой проблемы могло бы повысить эффективность рекламы.

Успешная связь «сарафанного радио» с техническим носителем информации, наверное, раньше всего возникла в науке, где профессиональный уровень производителей и потребителей информации всегда был высоким. Проявилась она в механизме цитируемости, ставшем сегодня и на Западе и в России

главным мериллом качества научного текста. Помимо отсутствия денежной платы за цитирование, этот механизм предусмотрел и точную характеристику рода занятий и профессионального статуса цитирующего, введя тем самым меру ответственности и профессионализма оценки.

Сегодня его очертания просматриваются и в других областях, особенно тех, которые тесно связаны с Интернетом. Многочисленные сайты торговых сетей позволяют покупателям оставлять свои отзывы, ставить оценки по балльной системе, а некоторые из них (чаще это новостные и информационные сайты) привязывают комментарии к страницам социальных сетей так, чтобы, читатель, перейдя по ссылке на персональную страницу ВКонтакте и Facebook, мог получить более подробную информацию о том, кто оставил комментарий. Последний прием достаточно нов и не используется, например, такой крупной сетью, как МВидео. Не встречается там и такой интересный сигнал, как статистика возврата товара в течение первых двух недель после его приобретения.

«Скрытая» реклама, давно освоенная киноиндустрией, не теряет своих позиций и сегодня. В фильме потенциальный покупатель видит товар, что называется, в действии и в разных, порой экстремальных ситуациях. Этот прием хорошо подходит для рекламы автомобилей, бытовой техники или продуктов.

Не менее эффективным ресурсом «скрытой» рекламы является визуальная или фото информация, иллюстрирующая известных людей, которые остановили свой выбор на тех или иных вещах. Например, фотография Д. Медведева [1] с новым устройством под названием «часофон» (сотовый телефон в формате наручных часов) способствовало повышению продаж этого устройства. Распространенные в сети фотографии основателя социальной сети Facebook М. Цукерберга [2] за ноутбуком MacBook pro поддерживает статусный уровень продукции Apple, а изображения английской королевы Елизаветы [3] с планшетом от Samsung, напротив, говорит об остроте конкуренции Apple и Samsung на рынке планшетных компьютеров. Реклама в этом случае является одновременно и эффективной и косвенной, как бы незаметной. Понятно, что немаловажное значение здесь имеет аналитический уровень статьи, которая сопровождает иллюстрацию.

Надо сказать, что и самые обычные люди зачастую становятся эффективными рекламщиками, даже не подозревая об этом и не получая за это никакого материального вознаграждения. Например, установка кем-то из жильцов многоквартирного дома первого стеклопакета запускает механизм подражания – люди, жители этого дома, начинают массово устанавливать такие же пакеты в своих окнах. Аналогичная ситуация складывается и с качественными металлическими входными дверьми: установленная на первом этаже, такая дверь со временем непременно растиражируется на вышестоящих этажах. Причем эффект подражания наиболее заметен тогда, когда в роли «догоняющих» выступают более продвинутые в социальном статусе группы. Их логика такова: «если уж даже такие люди приобрели..., то нам-то тем более необходимо». Напрашивается мысль о введении скидок тем, кто соответствует таким критериям, причем важную роль здесь может сыграть государство – оживив деловую активность, оно может в будущем рассчитывать на более высокий объем налогов.

Придание обычным рекламным сообщениям более достоверного, правдивого облика. Увидев яркую, качественную рекламу нового товара потенциальный покупатель обязательно перепроверит ее на форумах, а убедившись в ее правдивости, скорее всего, приобретет рекламируемый товар. Достоверная реклама может быть особенно эффективной в отношении дорогостоящих товаров длительного пользования. По способу реализации она может представлять собой либо практический опыт, либо подробный разбор возможностей товара, желателен, ведущим специалистом компании. Одними из успешных можно назвать рекламные презентации новых устройств Apple основателем этой компании Стивом Джобсом.

Предоставление финансовых гарантий, в том числе, возврат денег при неудовлетворенности покупателя товаром. Этот способ сегодня широко используется в рекламе. Зачастую он более эффективен при внедрении новых, высокотехнологичных товаров на международный рынок. Потребитель не получив ни хороших ни плохих отзывов, не может сделать вывод о товаре, и поэтому не рискует его приобретать первым. Например, интернет 4G YOTA дает возможность протестировать качество услуг на максимальных возможностях за неделю. Тем самым потребитель может определить, отвечает ли они его требованиям. В случае неудовлетворения товаром вам вернут деньги в полном объеме.

Обращение к авторитету науки. Точные сведения, полученные в результате опытов специалистов, демонстрирующихся в рекламном сообщении, либо на упаковке самого товара, отвечают на многие вопросы потребителей, тем самым повышают доверие к данному товару, если же он, конечно, не попал в «черный список ученых». Хотя некоторые ученые под влиянием коммерческого интереса, отступают от принципа объективности в оценке свойств товаров, что ставит вопрос об отборе экспертов, прежде всего на основе принципа независимости.

Таким образом, мы рассмотрели несколько основных способов повышения доверия к товару или услуге. Их применение может способствовать продвижению продукта, при условии, что внутреннее содержание будет соответствовать рекламному сообщению.

Список использованных источников и литературы

1. Часофоны в России, мода нового времени – URL: <http://smi2.ru/Derzkii/c395417/>
2. Татьяна День 2013: ТОП-5 студентов, перевернувших мир – URL: <http://finance.bigmir.net/career/28289-Tat-janin-Den--2013--TOP-5-studentov--perevernuvshih-mir>
3. Планшет Samsung Galaxy Note 10.1 – одобрено королевой Великобритании – URL: http://news.1k.by/pc/Planshet_Samsung_Galaxy_Note_101___odobreno_korolevoii_Velikobritanii-20014.html

АКТУАЛЬНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПАБЛИСИТИ

Белякова А.С., студент

Национальный исследовательский Томский Политехнический Университет

Актуальность публичности, как публичной известности предприятия в условиях развития информационного общества, связана с усилением конкуренции на рынках в условиях интенсивного развития и распространения информационных технологий, развертывания глобальных телекоммуникаций. Предприятия испытывают все большую необходимость управлять своим имиджем в глобальном информационном пространстве. Публичность сегодня получило статус одной из основных и наиболее значимых функций менеджмента предприятия. Престиж, репутация, публичная известность имеют все больший вес. Перспектива дальнейшего роста значимости публичности в управлении связана с динамичным развитием информационных технологий, глобальных телекоммуникаций, связей с общественностью. Прямая зависимость успеха деятельности предприятия от уровня ее публичности давно не является секретом для западных специалистов. Российские специалисты начали также понимать, что публичная известность сегодня не является спонтанным продуктом, она – результат сложной, продуманной политики с учетом изменяющихся внешних и внутренних условий.

Публичность работает на имидж и зависит от соответствующей информации. Проблема публичности заключается в получении полной, точной и подтвержденной информации; поэтому, например, в разных газетах одна и та же организация может быть представлена по-разному.

Другая важнейшая проблема публичности – сравнение с политической рекламой. Политическая реклама – платный вид коммуникации, что является главным отличием ее от публичности. «Публичность» рассматривается как популяризация и находит свое конкретное воплощение в газетах, журналах и иных передачах через другие средства информации. Такие материалы не оплачиваются фирмой. Реклама же публикуется или транслируется потому, что рекламодатель закупил для нее место или время в средствах массовой информации.

С другой стороны следует отметить, что английское слово «publicity» до сих пор не имеет точного определения в русском языке. Под ним понимают и гласность, и рекламирование, что порождает сложность в обосновании. Однако, по мнению Д.И. Дороти, «даже оплаченная реклама не является публичностью» [2.С.15]. Она пишет: «...если вы сообщите издателю делового издания о начале новой рекламной кампании, раскроете ее сущность и предоставите интересные факты, связанные с ее проведением, и если издатель упомянет о ней в газете, на радио или телевидении, то в этом случае данная информация станет публичностью» [2.С.15-16]. Таким образом, публичность – это деятельность по предоставлению средствам массовой информации новостей, даже если они информируют о начале политической кампании, с которой очень тесно связана политическая реклама. Но реклама и публичность не являются тождественными понятиями. Причем главное отличие не в оплате политической рекламы и публичности, а в том, что это разные по содержанию виды деятельности. Д.И. Дороти отмечает: «Бесплатно ли публичность? Не всегда. Оно бесплатно только в том смысле, что именно вам не требуется оплачивать газетное пространство или телевизионное или вещательное время. Это объясняется тем, что публичность – это новость и в этом качестве появляется в информационных или издательских колонках газет или в эфире, а СМИ не взимают деньги за сообщение новостей» [2.С.15-16]. Данную позицию дополняет Е.Н. Голубкова: «Публичность обычно происходит в форме сообщения новостей или комментариев редактора в прессе о продуктах или услугах компании. Эти сведения или комментарии получают бесплатное газетное время или эфирное время, поскольку представители средств массовой информации считают эту информацию своевременной или полезной для своей читающей и телевизионной аудитории» [1.С.7].

Существенным дополнением является позиция Т.Н. Парамоновой и В.Ш. Биккулова, которые пишут, что «публичность» – это не инструмент, а скорее результат деятельности компании, т.е. та информация о компании, которая присутствует в открытых источниках информации. При этом публичность может быть как результатом деятельности PR-отдела компании, так и существовать в связи с социальной значимостью деятельности компании, даже если компания не ведет работ по созданию публичности» [3.С.70]. В том же ключе рассуждает и О.О. Савельева, которая полагает, что на современном этапе «термин публичность означает получение известности с помощью средств массовой информации...» [4.С.25]. Исходя из данного анализа, исследователи расширяют сферу применения публичности, акцентируя внимание на деятельности самой компании, которая не всегда может носить

положительный характер. Но на сегодняшний день большинство маркетологов склоняются к той мысли, что целесообразнее использовать «более широкий арсенал средств связей с общественностью (паблик рилейшнз), чем паблисити». И паблисити становится, тем самым, одним из методов PR. Таким образом, поскольку «паблисити» по своей сущности имеет много общего с «PR», постольку не имеет смысла проводить дальнейшее сравнение, т.к. оно будет концентрироваться на тех же особенностях, что и сравнение «политической рекламы» и «PR».

Таким образом, результаты данного исследования показали, что общими чертами политической рекламы и паблисити являются маркетинговый информационный характер деятельности. Они могут использоваться тогда, когда необходимо повысить рейтинг популярности организации, что стимулирует использования этих методов воздействия на массы. От этого реклама и паблисити рассматриваются как не личные обращения к потребителям и могут обладать как этическим, так и неэтическим характером своего воздействия. Отличительные же особенности политической рекламы и паблисити в том, что реклама относится к платной форме коммуникации, а паблисити – к бесплатной. Продукт политической рекламы рассчитан как на краткосрочный, так и на долгосрочный период деятельности, тогда как продукт паблисити ориентирован только на краткосрочную перспективу. Исходя из этого, основные задачи политической рекламы: воздействие на формы политической активности человека, представление и/или продвижение идей, товаров и услуг. Задачами паблисити: полное изменение среды обитания человека, тотальный контроль над всеми видами его деятельности, распространение и продвижение определенных учений, взглядов и идеалов. И, наконец, политическую рекламу относят к экономической форме манипуляции, а паблисити – к идеологической форме. В общем и целом сравнение показало, что «политическая реклама», «PR» и «паблисити» – это комплекс политического маркетинга. В зависимости от поставленных целей выбираются те или иные методы воздействия на группы общественности, направленные на получение наиболее эффективного результата. И, несмотря на отождествление данных методов, с научной точки зрения их необходимо различать и правильно использовать эти понятия, называя своими именами явления, происходящие на современном этапе развития рынка.

Список использованных источников и литературы

1. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. – М., 2000.
2. Дороти Д.И. Паблисити и паблик рилейшнз. – М., 1998.
3. Парамонова Т.Н., Биколов В.Ш. Составляющие элементы системы маркетинговых коммуникаций // Маркетинг. – 2005. – № 2.
4. Савельева О.О. Паблик рилейшнз, паблисити, пропаганда // Обществознание в школе. – 1999. – № 2.

МАЛОБЮДЖЕТНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ: ПОНЯТИЕ И ТЕХНОЛОГИИ

Быкова Д.А., студент

Национальный исследовательский Томский Политехнический Университет

Общество уже смирилось с тем, что реклама – это двигатель прогресса, и представить современную жизнь без рекламы просто невозможно. Да и в бизнесе она, порой, играет ключевую роль. Однако многие руководители уверены, что реклама стоит очень дорого и не работает в современной перенасыщенной среде. В связи с этим они всё менее охотно инвестируют денежные средства в рекламу, так как опасаются того, что вложенные ими средства не оправдаются. В этом есть доля истины. Современная информационная среда перенасыщена повторяющейся однообразной рекламой, что вызывает у потребителя закономерное желание избежать ее воздействия, следовательно, эффективность рекламы снижается.

Но это не означает, что реклама совсем перестала работать и нужно полностью отказаться от её использования. Нужно просто грамотно выстраивать концепцию рекламы и рекламную стратегию, другими словами грамотно подходить к планированию рекламной кампании. Грамотно спланированная рекламная кампания не всегда является дорогостоящей. Аналогом крупнобюджетной рекламной кампании является малобюджетная.

Существует множество определений, а точнее понимание понятия «малобюджетная рекламная кампания». Например, Александр Сластенко, менеджер по рекламе и пиару ОАО «Дзержинский мясокомбинат» считает, что малобюджетной рекламная кампания может называться только тогда, когда объем затраченных на нее средств меньше рассчитанного с помощью одного из методов определения рекламного бюджета.

А в статье журнала «Продвижение Продовольствия. Prod&Prod» Викторией Мезенцевой было дано следующее определение малобюджетной рекламной кампании: *малобюджетная рекламная кампания* – это самая сложная форма оправдания чаяний в твердых нулях и реальных единицах прибыли ожиданий компании. Но она так же, как и полномасштабная реклама, бывает болезненной, эмоциональной, агрессивной или чувственной, зависит от аудитории и времени.

Александр Царев, директор по развитию агентства Ace Target (Москва) называет малобюджетной рекламой, во-первых, ту, которая стоит для предприятия незначительных денег, несопоставимых с оборотами фирмы. Например, компания тратит на донесение информации о своем новом продукте 10 000 долларов, намереваясь продать на 10 000 000 долларов. Во-вторых, малобюджетной можно назвать рекламу, которая стоит существенно дешевле, чем аналоги на рынке, например, рекламный ТВ-ролик за 1 000 долларов, который не стыдно крутить по центральным каналам. В то же время 1 000 долларов за ТВ-заставку будет ценой высокой.

Таким образом, изучив различные точки зрения, приведённые выше, касающиеся определения сущности понятия малобюджетной рекламной кампании, и исследовав другую литературу, касающуюся данного вопроса, можно вывести следующее определение понятия «малобюджетная рекламная кампания» – это комплекс мероприятий информативного характера, направленный на продвижение какого-либо продукта или услуг. Цель рекламной кампании – вызвать реакцию целевой аудитории, способствующую решению фирмой своих коммерческих задач. Отличие этих кампаний от обычных, как можно догадаться из названия, – в не большом размере бюджета, который заказчик может выделить на рекламную кампанию. В рамках малобюджетной рекламной кампании информация распространяется через наиболее эффективные рекламные каналы, которые выбираются по соотношению затраты/результат.

Малобюджетная рекламная кампания не соотносится с понятием «дешёвая». Под «малобюджетностью» подразумевается то, что при прочтении рекламного обращения или при просмотре рекламного сюжета потенциальный клиент испытывает желание рассказать про эту фирму, про этот товар, про эту услугу, то есть стать бесплатным рекламным агентом. Малобюджетная рекламная кампания по сложности планирования ничем не уступает полноценной рекламной кампании. При её планировании следует уделять так же много времени и сил, как и при планировании полноценной рекламной кампании, а так же помимо этого нужно активно использовать фантазию и нестандартное мышление. Поэтому малобюджетная реклама требует к себе довольно трудоёмкого и творческого подхода.

Кстати, практика показывает, что малобюджетную рекламу заказывает не только малый бизнес или мелкие компании. Крупные компании тоже нередко используют подобный вид рекламы. Обычно он используется для того, чтобы поддержать вывод своего бренда на рынок. К тому же вреда от малобюджетной рекламы нет никакого, а пользу она принести все же может. А в пору экономического кризиса популярность малобюджетной рекламы значительно возросла. Девиз малобюджетной рекламы: каждый вложенный и даже не вложенный в нее рубль должен увеличивать прибыль. Весь ее смысл и прелесть не просто в банальном урезании рекламных расходов, а в значительном увеличении прибыли при уменьшении рекламных бюджетов.

Малобюджетная реклама обычно применяется, когда:

- рекламодатель – небольшая компания;
- компания только начала свою деятельность и нуждается в привлечении клиентов;
- для большой рекламной акции недостаточно финансов;
- в компании нет своего специалиста по рекламе и PR, и нет средств обратиться в рекламное агентство;
- у небольшой компании на данном участке рынка появились конкуренты.

Так же существует другой перечень причин, по которым компании отдают предпочтение именно малобюджетной рекламе:

- неверие в эффективность рекламы;
- невозможность спрогнозировать результат;
- нежелание платить за идею (за нематериальное).

Как уже было сказано ранее, успешная малобюджетная рекламная кампания требует к себе нестандартного подхода. Это проявляется и в идеях, и в носителях, и в технологиях продвижения.

Так, по мнению Третьяковой Т. С., аспиранта кафедры теории рынка Южного федерального университета (г. Ростов-на-Дону) существуют следующие малобюджетные технологии маркетинговых коммуникаций: вирусный маркетинг (в том числе «сарафанное радио»), малозатратная реклама в печатных и интернет-изданиях, совместный маркетинг, SBS-маркетинг и другие.

Алёна Шефина, директор по маркетингу РА «Медиа Некст», выделяет следующие технологии малобюджетного продвижения: бартер, выставки, пресс-релизы, публикации, отзывы, сарафанное радио, подарочные сертификаты, программы лояльности, кросс-маркетинговые акции с партнерами.

Таким образом, рассмотрев различные наборы и вариации малобюджетных технологий маркетинговых коммуникаций, а так же изучив работы Ульяновского А.В. «Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов Миллениума» и Манн И.Б. «Без бюджета. 57 эффективных приемов маркетинг», можно предложить следующую классификацию малобюджетных технологий маркетинговых коммуникаций, представленную в таблице.

Технологии малобюджетных маркетинговых коммуникаций	Инструментарий, обеспечивающий реализацию малобюджетных маркетинговых коммуникаций
Вирусный маркетинг (частично, малобюджетные интерпретации)	<ul style="list-style-type: none"> • видеоклипы, видеофайлы, флеш-игры • мультимедийные открытки • развлекательные микросайты, онлайн-сервисы • вирусные активности в социальных сетях
Buzz-маркетинг (маркетинг слухов, WOM, «сарафанное радио») (частично)	<ul style="list-style-type: none"> • тизерные кампании • рекомендации • «life placement» – внедрение товара в повседневную жизнь с использованием фиктивных «счастливых покупателей»
Малобюджетная реклама	<ul style="list-style-type: none"> • реклама в газетах бесплатных объявлений • реклама на форумах и бесплатных порталах в сети Интернет • использование объектов окружающей среды, как рекламоносителя • использование собственных площадей, как рекламоносителя • граффити-реклама на стенах и на асфальте • реклама в социальных сетях
Совместный маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> • совместное продвижение, проведение кросс-акций с партнерами, совместные мероприятия с поставщиками • совместное участие в выставках
Малобюджетные связи с общественностью	<ul style="list-style-type: none"> • выступления в прессе в качестве эксперта, написание статей для тематических журналов, рассылка пресс-релизов • выступления на конференциях и встречах общественных и профессиональных организаций • организация круглых столов • работа в социальных сетях, корпоративный блоггинг, веб-сайт • флэшмобы • внутрикорпоративный PR
Малобюджетный директ-маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> • почтовые и электронные рассылки • QR-коды
Малобюджетное стимулирование сбыта	<ul style="list-style-type: none"> • игры, аукционы, соревнования • участие в акциях, проводимых ритейлерами

Не все предприятия могут себе позволить традиционные дорогостоящие инструменты маркетинговых коммуникаций. В случае ограниченного бюджета можно использовать современные, малобюджетные, но в некоторых случаях очень эффективные новые и нестандартные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций. Значимость малобюджетной рекламной кампании в продвижении товаров и услуг на рынке, весьма огромно. Самое главное – правильно ее провести, чтобы в результате она стала достаточно эффективной, способствовала увеличению продаж или популярности услуги.

Список использованных источников и литературы

1. Как сэкономить на продвижении // Рекламодатель: теория и практика. – 2003. – № 12.
2. Кетова Н.П., Третьякова Т.С. Оценка эффективности малобюджетных технологий маркетинговых коммуникаций современных компаний // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – №1.
3. Мазовецкая В. Малобюджетная реклама – действенная антикризисная мера // Продвижение Продовольствия. Prod&Prod. – 2010. – № 1.
4. Манн И.Б. Без бюджета. 57 эффективных приемов маркетинга, 2009. – 306 с.
5. Третьякова Т.С. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций субъектов малого предпринимательства на основе малобюджетных технологий маркетинга // Проблемы современной экономики. – 2011. – №1 (37).
6. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов Миллениума. – М.:ЭКСМО, 2008. – 432 с.

НЕТРАДИЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕКЛАМЕ

Дудникова А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Исторически сложилось, что основным средством продвижения и раскрутки любого бренда является – реклама. Это своего рода двигатель торговли, который определяет образ и стиль жизни человека, диктует определенные модели поведения в обществе, показывает, что хорошо, а что плохо. Но сколько бы плюсов она не имела, реклама имеет свойство приедаться, надоедать, раздражать и вовсе не восприниматься покупателями, следствием чего является падение эффективности продвижения и спад продаж. Поэтому рынок рекламы не стоит на месте, постоянно развивается, ежедневно в мире разрабатываются новые идеи, технологии и подходы к рекламе, которые способствуют открытию новых возможностей для продвижения товаров и услуг. Именно важности и роли нетрадиционных подходов к рекламе будет посвящена эта статья.

Телевидение, пресса, радио, наружная реклама, Интернет – являются видами традиционной рекламы. На сегодняшний день они достаточно успешно решают задачи рекламных кампаний, таких как рост продаж, повышение уровня знания марки и др. По статистике за 2012 год, несмотря на неравномерность динамики в течение года, суммарный объем рекламы в средствах ее распространения составил почти 300 млрд. руб., что на 13% больше, чем за предыдущий год [1.С.4]. Но, несмотря на положительный характер показателя, результаты анкетирования за 2011 год показали, что эффективность от традиционных медианосителей существенно упала: потребители все чаще стали игнорировать рекламные сообщения, доносимые традиционным путем. Такая реклама стала предсказуемой, она приелась. Как показывает практика к потребителю гораздо эффективнее достучаться другими, более инновационными и нестандартными методами.

Нетрадиционные подходы к рекламе активно набирают популярность среди рекламодателей. Нетрадиционные носители – это новые каналы коммуникации, по которым реклама достигает сознание потребителя в самых неожиданных местах, пробиваясь через общий поток рекламных обращений [2.С.2]. Одним из существенных преимуществ нетрадиционного подхода является то, что он помогает добиться эффекта неожиданности и новизны, что способствует более качественному усвоению и закреплению рекламного сообщения в сознании потребителя. Она работает на эмоциональном уровне: заставляет почувствовать, погрузиться в ощущения, серьезно заинтересоваться, испытать эстетическое наслаждение и т.д. Такая реклама воспринимается потребителями как само собой разумеющееся, а не как навязывание и побуждение к покупке. Она целенаправленно воздействует на целевую аудиторию и быстрее охватывает ее. Еще одним плюсом такой рекламы является использование небольших бюджетов, сравнительно с традиционными медиа, и меньшими проблемами с законодательством.

Уровень развития нетрадиционной рекламы в стране пока еще невысок: чаще речь идет о креативном использовании традиционных медиа, нежели о каком-то кардинально новом средстве рекламы, но, тем не менее, рынок нетрадиционной рекламы неуклонно растет и развивается, в России появляется все больше агентств, занимающихся нетрадиционной рекламой.

Существует множество примеров размещения рекламы в нетрадиционных местах, но в России наиболее распространены следующие виды, а точнее сферы размещения: розничная торговля, бизнес-среда, образовательные учреждения, транспорт, городское окружение, отдых и другие сферы. Места размещения также разнообразны: это и торговые центры, супермаркеты, киоски, тротуары, школы, автобусы, метро, кинотеатры, спортклубы, а так же люди и многое другое [3.С.40]. Нетрадиционным рекламным носителем может быть что угодно, все, что окружает человека: бачки для мусора, пляжные раздевалки, коробки для пиццы.

Ярким примером нетрадиционной рекламы являются антистрессовые инсталляции йога-студии «Арджуна» в центре Екатеринбурга, символизирующие выброшенные из головы проблемы. Объекты выглядели так, будто действительно упали с высоты. Основная идея заключалась в том, чтобы показать основное преимущество занятий в студии, а именно то, что они помогают сосредоточиться на себе, понять, что действительно важно, а все неважное просто выбросить из головы [4].

Другим примером нестандартной рекламы является дракон из палочек ресторана партизанской кухни «Азиатаж». На улице города рядом с рестораном была создана из бамбуковых палочек пятиметровая фигура дракона в честь открытия ресторана. Стать соавтором городской скульптуры мог любой прохожий. Всем участникам проекта вручали по комплекту бамбуковых палочек. Одну, загадав желание, нужно было оставить дракону, а другую – сохранить и получить по ней 10% скидки в ресторан. Событие получило широкую огласку в СМИ, об акции писали новости и снимали сюжеты. Было загадано более 10 тысяч желаний и получено более 10 тысяч скидок в ресторан [4].

Еще одним примером является совместный проект компания «Макдоналдс в России» и агентства Leo Burnett Moscow «Город поет» для «Биг Мака». В московском ресторане «Макдоналдс» был установлен электронный полутораметровый макет жилого здания, получивший название «Лайк-дом», в котором мог «поселиться» любой желающий. Для этого нужно было поставить «мне нравится» на страничке «Биг Мак» в Facebook или «ВКонтакте», и аватар пользователя появлялся в одном из окон. Все посетители ресторана могли в режиме онлайн «поселиться» в Лайк-доме и увидеть себя в

окне. «Лайк-дом» уже стал популярным в социальных сетях. Как только 2011-й житель заселялся в дом, он начинал петь [4].

Большое количество примеров использования нетрадиционной рекламы можно найти в социальной рекламе. Как правило, заказчиками социальной рекламы являются государство или различные общественные организации и фонды, для того чтобы привлечь внимание граждан к серьезным проблемам общества, к социальным программам и возможностям их решения. Донести до людей социальное рекламное сообщение достаточно сложно, люди практически не воспринимают таковых, поэтому, чтобы привлечь внимание и вызвать сильный эмоциональный отклик у респондентов, получить обратную связь, маркетологи прибегают к нестандартным методам. Примером такой социальной рекламы является проект «Юный пожарный», целью которого являлось проинформировать и предупредить родителей о том, что оставлять детей дома одних очень опасно. В магазинах, в отделах детской одежды была размещена подходящая ребенку по размеру профессиональная униформа пожарных МЧС. Рядом с формой размещалось сообщение: «Для детей, оставленных без присмотра». Снизу размещалась надпись: «За 2011 год в Республике Беларусь произошло 264 пожара по причине детской шалости». Размещение проходило более чем в 50 городах, более чем в ста торговых точках. Компании удалось таргетированно донести ключевое сообщение до целевой аудитории, так как проект был реализован в сезон предшкольных закупок [5].

Помимо плюсов нетрадиционные подходы к рекламе имеют и свои минусы и ограничения. По статистике к применению нетрадиционных методов для привлечения внимания аудитории, стали прибегать крупные компании, имеющие достаточно «громкие» бренды. Малые компании боятся рисковать своими бюджетами за рекламную новинку, оценить эффективность которой практически невозможно [2.С.5]. Такая реклама не копируется, каждый раз она требует новых эксклюзивных, оригинальных, уникальных идей и методик продвижения, которые требуют длительной и тщательной проработки и подготовки процесса, иначе идея рискует не прижиться на рынке и перейти из нетрадиционной в разряд стандартного медианосителя. Так же нетрадиционная реклама чаще всего носит временный характер и, как правило, не может обеспечить массовый сбыт предлагаемых товаров и услуг. Еще одним существенным моментом ограничивающим использование нетрадиционных подходов к рекламе являются законы и распоряжения, издаваемые городскими властями.

Несмотря на то, что рынок российской рекламы достаточно молод, и большая часть рекламных сообщений все равно доносится до потребителей через традиционные рекламные носители; не смотря на все недостатки и ограничения самого нестандартного подхода, рынок нетрадиционной рекламы постепенно набирает обороты. Маловероятно, что нестандартные рекламные носители когда-либо вытеснят традиционные, но применение их в комплексе с другими каналами распространения рекламы способно значительно повысить интерес у потребителей и усилить ожидаемый работодателями эффект.

Список использованных источников и литературы

1. Обзор рекламного рынка России в 2012 году – URL: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp> (дата обращения: 20.03.2013).
2. Бацюн Н.В. Нетрадиционные носители современной рекламы – URL: http://www.coolreferat.com/Нетрадиционная_реклама (дата обращения: 20.03.2013).
3. Данилюк А., Титенская И. Новая рекламная панацея // Новый маркетинг. – 2008. – № 4. – С. 38–43.
4. У нас нет идей, почему удалась идея – URL: <http://www.adme.ru/festivali-i-konkursy/u-nas-net-idej-rochemu-udalas-ideya-380605/> (дата обращения: 20.03.2013).
5. 22 московский международный фестиваль рекламы и маркетинга – URL: <http://festival.ru/ru/shortlist/?nid=163> (дата обращения: 20.03.2013).

АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТА «ОШИБКА 404»

Дырина Е. Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Как известно, если кто-то случайно ввел неправильный адрес ссылки в адресной строке Интернета, ошибся, или опечатался, или верно вводимая страница удалена и не существует, то пользователь попадает на «пустую» интернет-страницу, которая называется и выглядит «404 error. Not Found». С технической точки зрения, «Ошибка 404» (или Error 404) – это кодовый заголовок статуса протокола HTTP (HyperText Transfer Protocol), который, как известно, является чем-то вроде основы взаимодействия удаленных компьютеров всемирной сети. При обращении браузера к веб-серверу, последний посылает кодовый статус запрашиваемого документа. При корректной обработке этого запроса статус идентичен коду «200 ОК». Однако пользователь не может видеть подобного сообщения по причине отображения содержания запрошенного веб-сайта в своем браузере. В случае если запрос документа браузером обработан с ошибками, пользователь наблюдает сообщение, имеющее статус «404: Not Found». Первая цифра 4 указывает на ошибку программы-клиента, то есть браузера. В этом случае предполагается, что URL сайта был набран неверно в адресной строке браузера или больше не

существует физически на запрошенном сервере. Цифра 0 означает общую ошибку синтаксиса протокола. Наконец, последняя четверка относится к отдельной категории ошибок 40х, которая также включает такие распространенные статусы, как «400: Bad Request» и «401: Unauthorized».

«Ошибка 404» может возникнуть по вине пользователя Сети, который невнимательно записал адрес интересного сайта, или набрал URL в адресной строке браузера с грамматическими ошибками. Также совершить ошибку способен веб-мастер, который при реорганизации структуры сайта или «чистки» содержимого сервера может за ненадобностью удалить тот или иной документ. Если последний проиндексирован поисковыми системами, то вполне возможно, что несуществующий документ будет выведен в результирующем списке по поисковому запросу пользователя. Или же конкретный Интернет-ресурс некогда был добавлен в «закладки» браузера, чтобы обратиться к нему по необходимости в будущем. Таких случаев достаточно много, и все они ведут к возникновению «Ошибки 404».

На данный момент международные европейские организации, которые занимаются поисками пропавших без вести людей, наполнили эту «пустую» страницу более полезной, социальной информацией. Теперь пользователи Интернета могут размещать на этой странице информацию о пропавших людях. Владелец сайта просто добавляет код, который ведёт на страницу с информацией о человеке – с его фотографией, краткой биографии, даты пропажи, контактного телефона и прочими важными данными. После встраивания интернет-предпринимателем кода в свой сайт, любой человек, который ошибся адресом, увидит сообщение в заголовке: «Эта страница не найдена, как не найден и ребёнок по имени Имярек». На сегодняшний день эту программу поддержали уже более тысячи интернет-ресурсов по всему миру. Авторы проекта подчеркивают, что таким образом они хотят увеличить число людей, которые видят объявления о пропавших детях. Кроме того, сотрудничество с большим количеством веб-сайтов позволит привлечь внимание огромного количества пользователей Интернета к проблеме пропавших детей.

Сервис работает только с европейской базой пропавших людей. На сегодняшний день аналогов данного проекта в России нет. В рамках статьи, можно предложить альтернативное использование страницы «Ошибка 404» на российской IT-компании «Яндексе», которое можно разделить на две группы: социальные и коммерческие. Первая группа включает в себя:

- сделать как в Европе, то есть на несуществующих страницах также высвечивались объявления о пропавших людях. Но существует сложность реализации этого проекта, она состоит в том, что в России не существует единой базы пропавших детей. Но при осуществлении проекта в качестве базы можно использовать базу проекта «Жди меня».

- размещать объявления с просьбой о помощи.

На данный момент в социальных сетях создано огромное количество групп с названием «Поможем всем миром». Использовать ненайденную страницу Интернета можно совместно с этим проектом, то есть, если пользователь переходит на страницу «Ошибка 404», то он может увидеть объявление с просьбой о помощи. Ниже объявления должны быть размещена подробная информация, контакты человека, которому необходима помощь, и данные для перечисления средств.

Вторая группа предназначена для выполнения коммерческих целей. Страницу «Not Found» можно использовать как новый вид маркетинга, то есть размещать на ней рекламу тех или иных товаров или услуг. Причем это должна быть реклама не «Как похудеть за 3 дня», которая мелькает на всех страницах интернет-пространства. Концепции такой рекламы очень проста – интересная, яркая картинка, которая может привлечь внимание пользователя, но при этом не будет будничной. Под ней также будет располагаться информация о товаре или услуге и ссылка непосредственно на сам товар. Таким образом, это позволит фирме, которая разместила рекламу таким образом увеличить клиентскую базу, а, следовательно, увеличить объемы продаж.

Список использованных источников и литературы

1. «Ошибка 404» поможет найти пропавших детей [Электронный ресурс] // Sostav.ru Реклама Маркетинг PR – URL: http://www.sostav.ru/news/2012/09/28/oshibka_404/ (дата обращения: 10.03.2013г.)
2. «Страница 404» расскажет о пропавших детях [Электронный ресурс] // Lenta.ru – URL: <http://www.lenta.ru/news/2012/09/27/error404/> (дата обращения: 10.03.2013г.)
3. В интернете стартовал проект NotFound.org, в рамках которого владельцам сайтов предлагается разместить на веб-странице с уведомлением об ошибке 404 объявления о пропавших людях [Электронный ресурс] // ADME.ru – URL: <http://www.adme.ru/internet/stranica-404-rasskazhet-o-propavshih-detyah-420655/> (дата обращения: 10.03.2013г.)

СТАНОВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГА

Дырина Е.Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В ходе развития маркетинговой функции сложилось принципиальное различие между Россией и Западом. На Западе это развитие длилось годы и десятилетия, существенные подвижки происходили, когда западной фирме грозил крах, только тогда происходили какие-то изменения в способе работы и вводились новые функции. Накопленные за десятилетия эволюции изменения были проанализированы, так появился маркетинг как научная дисциплина и как набор практических приемов.

В России эволюционный путь невозможен, мы вынуждены догонять цивилизованный мир в условиях жесткой конкуренции с западными фирмами. Часто необходимо вводить следующее изменение, не дожидаясь появления ощутимого повторяющегося эффекта от предыдущего.

Многие проблемы постановки маркетинга связаны именно с неизбежностью такого ускоренного развития. Существуют типичные проблемы, связанные с выполнением любой работы вообще – неправильный подбор людей, ошибка при составлении графиков, выход за рамки бюджетов, неверные технологии и т. д. В статье будут рассмотрены те проблемы, которые наиболее характерны именно для ситуации постановки маркетинга. Таких проблем можно насчитать шесть, но существуют и другие возможные варианты:

1. Отсутствие волевой поддержки и обратной связи с руководителем.
2. Несоответствие полномочий и ответственности.
3. Непонимание коллегами сути маркетинговой работы.
4. Нетерпеливость и непонимание реальных сроков выполнения задач.
5. Проблема первоначальных инвестиций в новые направления.
6. Конфликт с интересами других людей [1].

Первая проблема состоит в том, что начинающему руководителю необходима постоянная обратная связь с заказчиком. Постановка маркетинга – это сложный проект с неоднозначным содержанием работы: нельзя угадать полный список изменений в организации, поэтому важно постоянно сверять результаты работы с планами и ожиданиями. Если обратной связи нет, то возникает риск того, что результат действий будет не соответствовать требованиям заказчика.

Волевая поддержка руководителя понадобится тогда, когда сопротивление переменам станет невозможным. Если руководитель не оказывает нужной поддержки, необходимо требовать ее, иначе не получится добиться ожидаемых результатов.

Вторая проблема – несоответствие полномочий и ответственности. Некоторые руководители считают, что если они платят зарплату, то подчиненный целиком и полностью отвечает за результат работы. Маркетинговая служба создается в целях повышения прибыли предприятия. Однако если маркетинговая служба контролирует только процесс выполнения исследований и рекламу, то требовать от нее ответственности за прибыль и объем продаж нельзя. Невозможно отвечать за результат, на который влияет кто-то. Кроме того, могут понадобиться дополнительные ресурсы. При этом, с одной стороны, поступает постоянная критика за плохие результаты, с другой стороны, никаких ресурсов, либо дополнительных полномочий не поступает.

Полномочия и ответственность должны соотноситься между собой – это аксиома, лежащая в основе любой продуктивной работы. Если это не так, то единственный выход – стараться доказать свою правоту разными способами: демонстрировать должностные инструкции, рисовать схемы бизнес-процессов и т. п. При обращении к руководителю обязательно должны быть сформулированы понятные, конструктивные предложения, касающиеся изменения зоны ответственности (людей, влияющих на результат), изменения объема ресурсов или распорядительных полномочий.

Проблема непонимания коллегами сути работы состоит в том, что окружающие люди могут не понимать задач, методов, терминологии. Иногда они не могут в этом разобраться из-за отсутствия той специфической профессиональной подготовки, отчасти - из-за отсутствия времени и перегруженности своими задачами. В результате им может казаться, что они делают бессмысленные вещи.

Эту проблему можно решить, если постараться объяснять сложные вещи простыми словами, то есть использовать при разговорах с коллегами минимум профессиональной терминологии. Другой важный момент – объяснять каждое действие, постоянно связывая его с выгодами компании и (что еще действеннее) с личными выгодами собеседников [2.С.120].

В случае четвертой проблемы руководители могут требовать, чтобы работа была выполнена быстро, качественно и дешево. Например, на исследование требуется 1 месяц, а просят выполнить его за 1 неделю. Причина – непонимание внутренней технологии работы. Такая ситуация связана еще и с уверенностью (отчасти справедливой) многих руководителей в том, что давление на подчиненных позволяет ускорить выполнение работ. Другая причина – исследовательская работа стороннему наблюдателю часто представляется намного более простой, чем она есть на деле, многие подводные камни и скрытые работы просто не видны.

При столкновении с такой проблемой необходимо отстаивать свою точку зрения. Достаточно эффективный метод – это представить исследование в виде набора операций, интуитивно понятных

неспециалисту: изучение вторичной информации, поиск респондентов, проведение интервью. В этом помогут методики и календарные планы выполнения исследований.

Приступая к постановке маркетинга, можно столкнуться с проблемой первоначальных инвестиций в новые направления, обычно бизнес – процессы ранжируются по степени важности.

В начале деятельности, как правило, дают карт-бланш на прием новых сотрудников, увольнение неподходящих, изменение бюджета и характера взаимодействия со смежниками. Но именно в это время до конца не ясны все проблемы, много энергии и времени уходит на знакомство с коллегами, притирку, неизбежные ошибки и ложные ходы.

Осуществив постановку бизнес-процессов первоочередной важности, можно перейти к постановке следующих по важности бизнес-процессов. Для постановки новых бизнес-процессов нужны новые ресурсы (прежде всего люди), а также модернизация характера взаимодействия со смежниками. Но именно на этом этапе и возникают сложности: руководству начинает казаться, что проблема может быть решена и без выделения дополнительных ресурсов, то есть ресурсы выделить готовы, но после того, как убедятся в результативности работы [2.С.153].

Наилучший выход в этой ситуации – настоять на временном решении: на ограниченный период принимается сотрудник по контракту или выделяется временный бюджет. Не исключено, что в итоге потребность в данном бизнес-процессе отпадет или его осуществление можно будет поручить уже существующим сотрудникам. При другом развитии событий к сотруднику привыкнут, и перевод его в штат превратится в формальную операцию.

Последняя проблема – конфликт с интересами других людей. Маркетинг нужен для того, чтобы бизнес улучшал свои рыночные позиции, причем не только объем продаж (который автоматически растет на растущем рынке), но и долю рынка, продажи новых продуктов и т. д. Иными словами, маркетинг требует активной позиции предприятия на рынке. Но, внедряя маркетинг, меняется суть происходящих на предприятии процессов, то есть неизбежно изменяется привычный ход работы других людей, затрагиваются их интересы, как личные, так и профессиональные. Проблема столкновения интересов может стать очень серьезным препятствием в работе.

В результате маркетинговых преобразований кому-то придется больше трудиться, тратить больше энергии. Маркетолог, стремясь к улучшению рыночных позиций бизнеса, рано или поздно вступает в конфликт с теми людьми, которых устраивает сложившийся статус-кво. Проблема еще и в том, что система мотивации в бизнесе почти всегда инерционная и редко успевает за изменениями в процессах. Это означает, что приходится выполнять за те же деньги больше работы.

Ситуация отсутствия маркетинговой информации крайне выгодна для бездарных и ленивых сотрудников. Нет картины происходящего, поэтому невозможно дать оценку деятельности менеджеров. Когда нет объективной картины рынка, в бизнесе довольно скоро образуется группа менеджеров-бездельников, которые вместо реальной работы занимаются внутренними интригами и приписыванием себе мнимых заслуг. В такой ситуации сбор информации о рынке с большой вероятностью покажет, что на самом деле рыночные позиции теряются, клиенты отворачиваются от бизнеса. В итоге многие процессы и деятельность сотрудников, отвечающих за их выполнение, могут быть признаны неэффективными, теряются доходы и привилегии. Очевидно, что бездельники заинтересованы в максимально долгом сохранении ситуации, при которой реальная картина происходящего не выявляется.

Конфликты, обусловленные столкновением интересов, неизбежны, хотя и протекают с разной степенью остроты, но если уж конфликт неизбежен, то его нужно уметь сглаживать.

Во-первых, нужно выработать решения совместно с заинтересованными лицами, это значительно снижает сопротивление. Существует множество вариантов участия коллег в маркетинговых решениях: от чисто формального обсуждения проблемы без принятия во внимание его точки зрения (только для того, чтобы у него осталось ощущение участия в решении вопроса) до действий при полном консенсусе. Необходимо искать баланс, ориентируясь на характер деятельности и обстановки в бизнесе.

Во-вторых, ситуацию можно смягчить, если какие-либо действия несут личные выгоды окружающим. Поэтому в ситуации конфликта интересов постоянно нужно обращать внимание на тех, чьи интересы затрагиваются, на личные выгоды, которые они получают в результате действий, и на интересы бизнеса.

Список использованных источников и литературы

1. Типичные проблемы постановки маркетинга [Электронный ресурс] // Сетевой маркетинг –URL: http://www.timbirusa.ru/Tipichnye_problemy_postanovki_marketinga-5.html (дата обращения: 14.03.13)
2. Организация маркетинговой службы с нуля / Медведев П.М. – СПб.: Питер, 2009. – 224 с. (серия «Маркетинг для профессионалов»)
3. Рекламная стратегия: постановка задачи и оценка эффективности [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга – URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/adv_strategy.htm (дата обращения: 14.03.13)

4. Маркетинговые исследования: постановка задач [Электронный ресурс] // Сообщество людей бизнеса – URL: <http://www.sbtcons.ru/index.php/stati/100-marketingovye-issledovaniya-postanovka-zadach> (дата обращения: 14.03.13)

ЗНАЧЕНИЕ PR КОМПАНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Каменская К.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время PR компании являются неотъемлемой частью маркетинговых программ любых организаций. Их повсеместному стремительному развитию способствовало то, что PR ставит в центр внимания фирму и выпускаемый ею товар, предлагаемые услуги, что привлекает дополнительный интерес и внимание общественности.

PR компания – это мероприятие по осуществлению важной общественно-политической или социальной задачи, нацеленной на улучшение имиджа (образа, репутации) субъекта связей с общественностью и поддержание гармоничных отношений с общественностью. Таким образом, PR компания позволяет донести до целевой аудитории ключевые сообщения, определенные стратегией развития бизнеса. В зависимости от целей и задач PR компании может включать в себя различные виды работ (освещение в СМИ, социальных сетях, форумах, в блогах; разработка идей специальных мероприятий и их проведение и др.) [1.С.42].

Основной целью PR компаний является внедрение определенного рода ценностей в конкретной целевой группе (зачастую совпадает с целевой аудиторией товара), предоставление информации о продукте в наиболее предпочтительном и лучше воспринимаемом группой контексте.

В наиболее общих чертах существует внутренний и внешний PR. Внутренний или корпоративный PR направлен на создание благоприятных и доверительных отношений руководства фирмы с персоналом. Большую роль при этом играет корпоративная культура. Внешний же PR направлен на работу с внешней средой (партнерами, клиентами, инвесторами, конкурентами) [2.С.72].

На сегодняшний день PR компании очень востребованы в современном бизнесе. Их используют в качестве альтернативы рекламе (PR более креативный, дешевый, в некоторых случаях более эффективен), для решения бизнес-проблем, оказания влияния на власть, общественность, конкурентов, цены и спрос. При правильном применении инструменты PR-технологий позволяют значительным образом улучшить положение дел компании, повысить эффективность ее работы и, как следствие, увеличить прибыль. Их применение позволяет сделать так, чтобы уровень конкуренции или стоимость продвигаемых товаров никак не влиял на конечный результат всей компании.

В бизнесе PR неразрывно связан с рекламными акциями, агитационной деятельностью и маркетинговыми активностями. Однако задачей эффективного пиара в сочетании с маркетингом является внедрение ценности товара (его позиционирования) в «массы» и закрепление достигнутого результата. Грамотные специалисты должны сделать так, чтобы потенциальные покупатели захотели приобрести товар компании, не обращая внимания на аналогичный товар конкурентов. В то же время, заложенное в основу PR компании сообщение, содержащее непроверенную информацию или, например, свойство, отсутствующее у товара, может быть расценено потребителями как обман [4].

У PR компаний существует множество «цветов», но самыми распространенными являются «черный» и «белый» виды (табл.1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика «черного» и «белого» видов PR- компаний

	Черный PR	Белый PR
Общая характеристика	-методы и действия по уничтожению репутации компании, которые ведутся преимущественно за счет скрытого финансирования.	-наработанная система обмена информацией на основе взаимодействия и сотрудничества, имеющая обратную связь между субъектом и общественностью.
Цели	<ul style="list-style-type: none"> • вытеснение (частичное смещение) конкурентов на рынке; • приобретение дополнительного влияния на партнеров, конкурентов, властные органы и структуры; • нейтрализация и искоренение негативно настроенных групп населения и организаций. 	<ul style="list-style-type: none"> • формирование имиджа организации и доброй репутации; • достижение положительного отношения и доверия к компании.
Задачи	-намеренно подорвать репутацию конкурента, заставив публику взглянуть на него через призму собственного ложного, подчас неподкрепленного доказательствами, мнения	-составления и рассылки пресс релизов, медиапланов, организации незаурядных пиар-акций и, как следствие, отчетов

	«черного пиарщика», навязанного обществу.	о проделанной работе.
Приемы	<ol style="list-style-type: none"> 1. передача новостей с элементами внушения; 2. переработка информации для смещения акцентов, изменения контекста сообщения и его восприятия; 3. «присоединение к известному авторитету» (товар рекламирует известная личность); 4. воздействие на прессу и общественное мнение с использованием опережающих новостей; 5. искусственное навязывание проблематики (подтасовка цифр и фактов, использование уловок и ярлыков и другие приемы фальсификации); 6. контр- или антиреклама – информационная акция, формирующая недоверие к источнику информации и др.; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. посещение объектов 2. телефоны 3. разговоры 4. информационные выпуски по радио и на телевидении 5. выпуск годовых отчетов 6. размещение информации в INTERNET 7. прямая рассылка информационных материалов или материалов престижного характера

Исходя из приведенных характеристик, можно сделать вывод, что определить четкие рамки «черного» и «белого» пиара невозможно. Рассматривая влияние «цвета» на эффективность, можно сказать, что она практически равна у обоих видов. Различие существует лишь от сферы применения технологии [3.С.94].

Многократная деятельность в области PR компаний включает в себя комплекс функций, необходимых для достижения целей и решения задач:

1. Аналитико-прогностическая функция – выработка информационной политики, ее стратегии и тактики (изучение партнеров, анализ конкретных ситуаций, оценка общественного мнения, подготовка результатов анализа для принятия решений).

2. Организационно-технологическая функция – меры и действия по проведению и организации активных действий PR компаний, деловых встреч, конференций, презентаций с использованием СМИ.

3. Информационно-коммуникативная функция – подготовка и распространение информации при выполнении разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы.

4. Консультативно-методическая функция – консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, различных программ, компаний [5].

Эффективность проводимых PR компаний зависит от ряда таких факторов, как четко поставленных целей, грамотно выбранных инструментов реализации компании, профессионализма исполнителей и оперативности реагирования на изменения конъюнктуры. При этом результативность компаний оценивается по расширению круга деловых контактов с аудиторией; развитию активных связей со СМИ, общественными и властными структурами; нейтрализации с помощью контр-рекламы мер «черного» пиара.

От того, насколько продуман план PR компаний и насколько слажена работа задействованных в ее реализации подразделений (производства, продаж, логистики, маркетинга и т.п.), будут напрямую зависеть результаты и эффективность PR компании. При этом, оценивая эффективность, необходимо рассматривать ее в контексте конкретной фирмы, учитывая аудиторию, на которую она направлена, поскольку тогда оценка эффективности будет носить более объективный характер [4].

В то время, как PR компании активно и повсеместно используются современными зарубежными фирмами, пиар в России только развивается. Рост значимости PR компаний обусловлен процессом формирования деловой среды, которая становится все более зависимой от общества, его мнения и поведения общества в отношении организации. На данном этапе качественные PR компании выступают творцами нового, динамичного общества.

Список использованных источников и литературы

1. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Учебник. – М.: Дашков и К, 2009. – 332 с.
2. Алешина И.В. Паблик рилейшенз для менеджеров. Учебник. – М.: ЭКМОС, 2011 – 314 с.
3. Вуйма А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. – М.: БХВ-Петербург, 2009. – 224 с.
4. PR Life. История PR в России и в мире – URL: <http://pr-life.ru/>
5. Российский PR-портал – URL: <http://www.raso.ru/>

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СИБИРИ

Кияметдинова Н.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Имидж предприятия на современном этапе является объективным фактором, который играет существенную роль в оценке любого социального явления или процесса. Поэтому многие предприятия уделяют достаточно внимания имиджевой политике – области деятельности связи с общественностью и создание положительного образа товара или услуги.

Проблема исследования заключается в том, чтобы проследить используют ли имиджевую политику отдаленные от европейского центра России наиболее крупные промышленные предприятия Сибири. Для этого проанализируем модели организации имиджа для предприятий Красноярского края и Республики Хакасия и оценим их эффективность.

В отечественной литературе «имидж» обычно понимается как искусственно сформированный образ фирмы, политика, предпринимателя, товара.

Имидж организации можно представить как целостное восприятие (понимание и оценка) организации различными группами общественности, формирующееся на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности организации.

По нашему мнению, имидж предприятий можно рассматривать с нескольких точек зрения, наиболее точно определяющих имидж:

как процесс – это целенаправленное формирование облика, образа фирмы, товара, услуги по которым объект может быть узнан и при помощи которых люди описывают, запоминают и формируют свое отношение к нему;

как функция – это целенаправленное воздействие на целевую аудиторию в целях популяризации лица, фирмы, товара, услуги;

как результат взаимодействия человеческих убеждений, идей, чувств, впечатлений об объекте, сознательно и целесообразно сформированного образа (изображения) объекта, поведение и отношения личности или группы, и самое главное желание приобрести тот или иной товар имея о нем хорошие отзывы [1].

В Красноярском крае и республике Хакасия есть несколько промышленных предприятий, которые многим известны и для промышленности в России принесли не малую пользу. Это Норильский Никель и Сибирская Угольная Энергетическая компания. Сформированный корпоративный имидж, на завоевание или построение которого могли уйти годы и десятилетия, может быть легко разрушен, если компания не имеет четко сформулированного структурированного и всеобщего набора процедур и методов возможных действий в конкретных кризисных ситуациях. Чтобы определить насколько имидж для этих компаний играет большую роль можно провести сравнительную характеристику (табл. 1).

Для того чтобы наиболее точно определить эффективность применения имиджевой политики можно рассматривать множество различных критериев имиджа организации. Нами были выбраны следующие критерии.

1. Внешняя атрибутика.
2. Корпоративная культура.
3. Особенности управления организацией.
4. Паблисити, рекламная известность.

Таблица 1. «Сравнительная характеристика формирования имиджа предприятий»

Критерии	ОАО «ГКМ Норильский Никель» [2]	ООО «СУЭК-Хакасия» [3]
Внешняя атрибутика	На всех атрибутах компании изображен главный герб предприятия, в котором две латинские буквы «NN» друг над другом означают Норильский никель. Фирменные цвета (белый, голубой синий) выбраны достаточно холодными, они символизируют суровый климат г. Норильска. Пирамида говорит о существовании Группы дочерних предприятий «Норильского никеля». Логотип составлен по ассоциативному принципу. Он логичен и легко запоминается.	ОАО «СУЭК» – один из крупнейших работодателей в России. Среди приоритетов работы компании – уважение к личности, создание комфортных условий для работы сотрудников, обеспечение гарантий их профессионального и личностного развития. В ОАО «СУЭК» ценят время, знания и опыт, которые сотрудники отдают компании, и инвестируют в их непрерывное развитие и повышение профессионализма, что позволяет объединять сотрудников в единую, слаженную команду, нацеленную на достижение стратегических целей компании.
Корпоративная	Базовым документом развития корпоративной культуры является	Реализуя стратегию СУЭК, Компания и её сотрудники разделяют общие

Критерии	ОАО «ГКМ Норильский Никель» [2]	ООО «СУЭК-Хакасия» [3]
культура	<p>Этический кодекс работника ГКМ «Норильский никель», целью которого является создание атмосферы доверия и взаимного уважения в трудовых коллективах, способствующей эффективной производственной деятельности. Этический кодекс определяет требования к личным качествам работников Компании и нравственные нормы и ценности. Создан негосударственный пенсионный фонд «Норильский никель»</p>	<p>корпоративные ценности: *Профессионализм и нацеленность на результат – уважение к опыту – работа в команде *Энергичность и лидерство – стремление к развитию и росту – гибкость и готовность к изменениям – упорство в достижении цели *Справедливость и открытость – уважение к труду сотрудников – соответствие уровня и принципов вознаграждения реальному трудовому вкладу сотрудников *Социальная ответственность и безопасность – соблюдение законов – приоритет безопасности и охраны труда – забота об окружающей среде</p>
Особенность и управления организацией	<p>Укрепление чувства принадлежности работников компании, их идентификация как членов отраслевых трудовых коллективов обеспечивается дизайном спецодежды, которая помимо решения своей основной задачи – создания комфортных и безопасных условий для работы, является носителем общекорпоративного и отраслевого стиля. Основную цветовую гамму спецодежды составляют все те же три цвета – белый, голубой и синий.</p>	<p>«СУЭК» в полной мере осознает ответственность за свою деятельность перед сотрудниками, обществом, и считает необходимым вносить вклад в содействие социальному и экономическому развитию регионов присутствия. Один из ключевых принципов деятельности СУЭК – ответственность за бережное и рациональное использование природных ресурсов, снижение негативного воздействия производства на окружающую среду.</p>
Паблицити, рекламная известность	<p>-газеты (корпоративная газета) -печатная реклама (различные атрибуты с символикой компании, одежда и аксессуары с символикой) -реклама в Интернете (веб-сайт компании с указанием всех разделов деятельности компании, а также сайт для детей работников компании) -наружная реклама (придорожные баннеры с символикой компании)</p>	<p>-газеты (корпоративная газета) -печатная реклама (различные атрибуты с символикой компании) -реклама в Интернете (веб-сайт компании с указанием всех разделов деятельности компании) -наружная реклама (придорожные баннеры с символикой компании) - спонсирование школьных творческих конкурсов, например, «Шахтер-моя профессия»</p>

Из приведенной таблицы 1 можно сделать выводы что, современные промышленные предприятия стремятся улучшить имидж путем создания корпоративного сайта и народной огласки. Оба сибирских предприятия следят за своим имиджем и делают все, чтобы улучшить производство.

Как показали исследования существенными составляющими корпоративной культуры, влияющей на имидж предприятия, способствующими формированию корпоративной солидарности являются корпоративные символы компании: знак и логотип, флаг и гимн компании.

Создание, поддержка и внутренняя реклама корпоративной культуры направлены на вдохновение сотрудников, на высокую эффективность работы в компании, повышение их приверженности, лояльности и преданности. Атрибуты корпоративной культуры относятся к социально-психологическим механизмам, они воздействуют на психологию индивида и делают это постепенно. Корпоративная культура компании определяет ведущие ценности и значимые цели, которые сотрудники должны разделять и учитывать в своей работе.

Так же было выявлено, что потенциальные партнеры особо обращали внимание на имидж компаний во время кризиса, когда предприятие имеет шаткую репутацию. Находясь в такой экстремальной ситуации, организация с помощью специалистов PR призвана решить две принципиальные задачи. Во-первых, информировать общественное мнение о действиях, которые она

предпринимает для выхода из кризиса, во-вторых, обеспечивать себя информацией об общественном мнении по поводу принимаемых решений и совершаемых действий [4].

В заключении можно сделать вывод, что имидж организации есть объект управления. Анализ направлений по формированию корпоративного (и внутрикорпоративного) имиджа ОАО ГМК «Норильский никель» и ОАО «СУЭК» и высокая оценка со стороны ряда российских и международных правительственных и независимых организаций показали, что данным компаниям удалось создать очень позитивный имидж, как в глазах российских адресных групп, так и за рубежом.

Итак, имидж предприятия нужен для того, чтобы воздействовать на чувства людей. Основываясь на маркетинговом подходе, имидж предприятия можно определить как целостное эмоционально-оценочное впечатление по отношению к организации со стороны потребителей, деловых партнеров, сотрудников и общественности, формируемое на основе осуществления целенаправленной маркетинговой политики для обеспечения лояльности целевых аудиторий и формирования их представления об отличительных чертах предприятия.

Список использованных источников и литературы

1. Семенов В.М., Васильева О.Е. Сервис промышленных товаров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. – 208 с.
2. ОАО «ГМК Норильский никель» [Электронный ресурс]: О компании / Официальный сайт, М., 2008-2013. – URL: <http://www.nornik.ru/about/>, доступ свободный
3. ООО «СУЭК-Хакасия» [Электронный ресурс]: О компании / Официальный сайт, М., 2013. – URL: <http://www.suek.ru/page.php?id=2>, доступ свободный
4. Бабич К., Лахно И. Оценка имиджа промышленного предприятия // Бизнес-Информ. – 1997. – N 8. – С. 47-58.

МИМИКРИРУЮЩИЕ БРЕНДЫ

Любавина А.Г., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современный покупатель при выборе нужного ему товара очень часто ориентируются на марку производителя. Как ни странно, но граждане России отдают предпочтение заграничным брендам, так как существует стереотип более качественного импортного производителя. Данная тенденция несет существенный урон и спад продаж для российских предпринимателей, а бороться со сложившимся менталитетом и стереотипным мышлением потенциальных клиентов достаточно сложно.

Сегодня на полках магазинов можно найти различные товары, которые произведены фирмами с иностранным названием, но мало, кто догадывается, что на самом деле производитель Россия. Современные предприниматели нашли выход из сложившейся ситуации и создают «европейское качество по доступным ценам» – продукцию китайского, польского и российского производства с красивыми иностранными названиями. При совершении покупки некоторые люди интересуются страной-производителем, но, тем не менее, доверяют яркому и запоминающемуся иностранному названию бренда.

Чтобы найти истоки зарождения иностранного брендинга, необходимо вспомнить распад СССР, ведь именно тогда люди спешили приобрести, как можно больше товара, который хоть как-то ассоциировался с иностранным производителем. В 1998 случился кризис, который привел к тяжким последствиям и финансовому недостатку, поэтому народ стал предпочитать отечественного производителя с более доступными ценами. С началом нового тысячелетия мода на покупку иностранных брендов вновь вернулась и даже можно сказать с еще большей силой. Рост спроса на иностранные бренды случился по нескольким причинам. Во-первых, политика бизнеса существенно изменилась, и стали выпускаться товары в более высокой ценовой категории. Во-вторых, люди по-прежнему предпочитают иностранные названия брендов, даже если понимают, что на самом деле некоторая немецкая бытовая техника делается в Азии по заказу русского бизнесмена, а в любимом английском чае английские только буквы на упаковке.

Давайте приведем примеры широко известных марок в различных сферах производства, которым удалось завоевать доверие покупателей благодаря иностранному брендингу.

Владелец бренда Vitek Андрей Деревянченко зарегистрировал торговую марку пять лет назад в Австрии. Название происходит от слов *vita* и *tech*, что в переводе означает жизнь и техника. На упаковках значится, что производителем является Австрия, так как именно там зарегистрирован бренд. Техника Vitek изначально позиционировалась, как качественный и более дешевый товар (цена снижена на 10-15%), по сравнению с другими известными марками. Однако позднее компания смогла себе позволить обзавестись собственным дизайн-бюро для разработки уникальных моделей техники [1].

Евгений Назаров является основателем менее известной марки бытовой техники Vigor, которая зарегистрирована в Венгрии. Сам офис Vigor располагался в Москве, где стоят все модели бытовой техники. Директор Vigor не скрывает, что вся бытовая техника их любой российской компании

покупается в странах Юго-Восточной Азии, а собирается на одних и тех же заводах, поэтому она не просто похожа, а вся одинакова, по сути.

Торговая марка Scarlett (совместная компания китайских и российских предпринимателей) является производителем самых покупаемых в России чайников, зарегистрирована в Англии в 1996 году и названа в честь Скарлетт О'Хара Гамильтон Кеннеди Батлер. Целевой аудиторией покупателей данной техники являются женщины, которые в большинстве заинтересованы в чтении классики и просмотре романтических фильмов.

Если выбор простейшей бытовой техники покупатель делает, в основном ориентируясь лишь на цену, то все, что не относится к мелкой бытовой технике, а значит, обязано служить долго, продать под малоизвестными марками уже очень сложно.

Марка Rolsen была придумана в 1995 году Сергеем Белоусовым. Данный бренд носит следующая техника: телевизоры, домашние кинотеатры, мониторы, мобильные телефоны и стиральные машины. Начинаясь компания со сборки телевизоров LG, а затем начала выпускать и собственные из деталей, закупленных в Юго-Восточной Азии.

Торговая марка Kaiser работает на рынке как немецкая компания с середины 90-х и придумана Павлом Логиновым. Эта торговая марка успешно насыщает рынок крупногабаритной кухонной техникой, которая производится на том же заводе в Польше, что и выпускает продукцию под маркой Hansa.

Бренд Work продвигает себя как немецкая техника, которая изначально имела название сеть «Электрофлот». Но у Work есть уникальное в сравнении с другими псевдозападными марками преимущество – брутальный, весьма привлекательный дизайн.

Мимикрирующие бренды существуют не только в сфере бытовой техники, но и также во всеми любимых напитках чая и кофе. Компания Milago работает на рынке с 1998 года и специализируется на растворимом кофе. Когда фирма только начинала работать, доверия к западным производителям бодрящего напитка у нашего покупателя было больше, поэтому и пришлось прибегнуть к иностранному имени. Делают Milago в Европе и России, компания зарегистрирована в Германии.

Довольно известные бренды Greenfield, Tess, Jardin принадлежат питерской компании «Орими Трейд», а Curtis & Patridge – производителю «Май».

Самым укоренившимся стереотипом для женской половины русского общества является мысль, что наибольшее доверие всегда вызывает иностранная косметика.

Известная марка Faberlic была создана в 1997 году под названием «Русская линия». Основателями данного бренда являются Алексей Нечаев и Александр Даванков. Сначала компания даже хотела сыграть на том, что она российская, но исследования показали, что наши женщины ценят русскую косметику за натуральность, но больше предпочитают видеть у себя на туалетном столике стильную упаковку с ярким иностранным названием. Новое название для «Русской линии» придумывалось целый год. Дословный перевод бренда означает мастер лица, а звучание слова должно вызывать у покупателя ассоциации с известным всему миру Фаберже. Косметика производится на двух заводах: в Балашихе и Подмоскowie, но используя при этом сырье и разработки иностранных фирм [2].

Можно смело отметить, что большего всего примеров мимикрирующих брендов можно найти в одежде и обуви. Почти каждый русский уверен, что иностранная одежда самая качественная, самая модная и самая стильная. Российско-израильская компания SELA была основана двумя братьями Борисом Остробродом и Аркадием Пекаревским в начале 90-х годов. Название SELA в переводе с иврита означает «скала» [3].

Возможно, будет удивлением узнать, что никакого обувного мастера Carlo Pazolini не существует. Любая женщина, которая живет с твердым и справедливым убеждением, что лучшая в мире итальянская обувь, не задумываясь, купит товар данной марки. Carlo Pazolini Group – это название российской компании, у которой есть собственные обувные фабрики в России и Китае, а также сеть фирменных магазинов.

Марка TJ Collection выпускает обувь под тремя торговыми марками: TJ Collection, Chester и Carnaby. Все три марки являются российскими, а брендингом TJ – это аббревиатура имен владельцев, Тимура и Юлии.

Ростовский бизнесмен Владимир Мельников шьет джинсы, джинсовую одежду, детский и взрослый трикотаж в Ростове. Две его марки называются Gloria Jeans и Gee Jey. Хотя здесь стоит сделать акцент, что происхождение компании никогда не скрывалось, а даже подчеркивалось.

Питерская фирма «Август Плюс» производит и продает женскую одежду под торговой маркой Oggi. Само слово oggi является итальянским («сегодня»), так что покупательницы в массе своей считают марку итальянской [4]. Обувь Ralf Ringer традиционно считают немецкой, но на самом деле она производится на фабриках в Москве, Владимире и Зарайске.

История компании «Camelot» началась в 1996 году с открытия небольшого магазина, где были представлены коллекции «Grinders», «Dr.Martens», «Shellys» и др. Но не всем данная обувь была по карману. С 1999 года появилась почти такая же обувь, но сделанная не в Британии и США, а в Польше и Китае под контролем российской компании. Также российскими брендами являются Finn Flare, Baon, Savage, Incity, Egle, Corso Como, Paolo Conte, Weatland, Tom Klaim и сотни других.

И наконец, рассмотрим примеры в сфере продуктов питания и товаров для дома. Кетчупы и соусы Mr.Ricco производятся в Татарстане Казанским Жировым Комбинатом. Но при этом рекламная стратегия компании всегда придерживается итальянской атмосферы. Макароны Grand di Pasta – это бренд Макфы. На лицевой стороне упаковки отсутствуют русские слова для того, чтобы у покупателей сложилось впечатление покупки итальянских макарон [5]. Также российскими являются посуда Rondell, сигареты Kiss, канцтовары Erich Krause и оконные профили Proplex.

В заключение хочется отметить, что современному покупателю необходимо ломать сложившееся стереотипное мышление о самом качественном иностранном товаре. Современные российские производители смогли найти блестящий и наименее затратный метод для увеличения спроса на отечественные товары, а также доказали, что могут удовлетворять запросы потребителей ни чем не хуже иностранных конкурентов.

Список использованных источников и литературы

1. Рекламный портал AdMe [Электронный ресурс] – URL: <http://www.adme.ru/kreativnyj-obzor/mimikriruyuschie-brendy-23488/> (дата обращения 15.03.2013).
2. Санкт-Петербургский консультационный центр Faberlic [Электронный ресурс] – URL: http://faberlic-v-spb.ru/istoriya_faberlic.html (дата обращения 19.03.2013).
3. Компания «SD Company» [Электронный ресурс] – URL: http://www.sd-company.su/article/history/brand_sela (дата обращения 16.03.2013)
4. Сайт о истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций [Электронный ресурс] – URL: <http://storybrand.ru/article.php/historyofOggi> (дата обращения 16.03.2013)
5. Сайт компании Макфа [Электронный ресурс] – URL: <http://ru.makfapasta.com/production/product/grandpasta/> (дата обращения 17.03.2013)

ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ И PR-КАМПАНИЙ

Мирзоева С.С., студент

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета

Ежедневно каждый из нас сталкивается с рекламой. Но никто не задумывается, какой сложный процесс представляет собой техника проведения и продвижения рекламы. Для того, чтобы разобраться в этом, необходимо, для начала понять, что же такое реклама, и какую роль она играет в нашей жизни. Дадим краткое определение понятию «реклама». Реклама – платное представление и продвижение продуктов и услуг через средства массовой информации [1]. Цель рекламы – донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории. В свою очередь, цель достигается:

- Рекламными кампаниями;
- PR – кампаниями.

Рекламная кампания – это комплекс взаимосвязанных рекламных мероприятий, которые спланированы заранее и направлены на определенную целевую аудиторию. При этом одно мероприятие обязательно дополняет другое.

Этапы разработки рекламных кампаний:

Этап 1. Целевая аудитория. Определение и анализ;

Этап 2. Определение целей разработки;

Этап 3. Определение бюджета маркетинга необходимого для достижения поставленных целей;

Этап 4. Эффективное продвижение товара.

Что касается PR-кампаний, то – это предприятие по созданию и внедрению некоего образа в ряд ценностей определённой группы людей.

Существует ряд причин создания PR-компаний:

- потребность в создании имиджа компании или организации;
- потребность в проникновении на новые рынки;
- потребность в создании брэнда для увеличения рыночной стоимости фирмы;
- потребность в преодолении кризиса, в котором находится организация;
- потребности конкурентной борьбы;
- потребности в осуществлении приватизации;
- проблема изменения торгового имени.

Рассмотрим основные этапы разработки PR-кампании [2]:

Этап 1. Исследование – определение проблемы;

Этап 2. Планирование. Данный этап включает в себя:

– описание проблемной ситуации;

– определение целей и задач;

– формирование ситуационных стратегий;

– определение сроков исполнения задач;

–определение методов оценки достижений.

Этап 3. Реализация. На этом этапе необходимо учитывать следующие требования:

- четкое следование плану и программе;
- координация работ в ходе PR-кампании;
- использование средств и возможностей для усиления влияния на внешнюю и внутреннюю среду

организации.

Этап 4. Оценка эффективности.

Существуют следующие подходы к оценке эффективности PR-кампании:

1. «вкусовой» – заказчик судит об эффективности PR-кампании по тому, нравится она ему или нет;
2. количественный – эффективность оценивается по числу публикаций в СМИ, числу персон пришедших на мероприятие;
3. научный – проводится серьезное исследование воздействия акций на те или иные параметры, характеризующие позиции целевых групп.

Выделяют общие и различные черты между рекламными кампаниями и PR-кампаниями (табл.1)

[3]

Таблица 1. «Сходства и различия рекламных и PR – кампаний»

Сходство	Различие
1. Рекламные и PR кампании носят комплексный характер	1. Основным средством для рекламной кампании является реклама, а для PR-кампании – PR-средства.
2. Испытывают на себе факт фактор времени	2.Основной метод планирования рекламных компаний – медипланирование, а в PR– кампаниях основную роль играет организация специальных мероприятий,
3. Кампании обеих видов заранее самым тщательным образом планируются и готовятся	3.Рекламные кампании в среднем стоят значительно дороже, чем PR-кампании, но доверие к рекламным сообщениям в несколько раз ниже

Исходя из всего вышесказанного, становится понятным, что технология проведения рассмотренных кампаний в большей степени имеет схожий характер, доказательством служат упомянутые выше этапы реализаций.

Список использованных источников и литературы

1. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%E5%EA%EB%E0%EC%E0>
2. http://www.pr-engineering.narod.ru/3_9_7.html
3. <http://www.pr-campaign.narod.ru/chapter8.html>

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ОПЫТА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА «ЯД ВАШЕМ»)

Ройз Е.Е., аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Характеризуя современную социокультурную ситуацию как противоречивую и изменчивую, исследователи отмечают акцентирование значения человеческой индивидуальности, свободы выбора в материальном самоопределении и духовном развитии, свободу слова и личностных ориентаций, разнообразие форм культурной жизни, расширение международных связей и активизацию процесса взаимовлияния и взаимообогащения культур. Вместе с тем констатируются и негативные моменты: имущественная и социальная поляризация, усиление защитного прагматизма, явления деинтеллектуализации.

Существенной чертой современности является ослабление идеологических и символических идентификаций, кризис национальной идентичности как системы идей и представлений, установок и чувств людей по отношению к своей нации в ее этнических, культурных и политических измерениях. Необходимость преодоления кризиса культурной самоидентификации в российском обществе, связанного с общественными, экономическими переменами минувших десятилетий, признается очевидной. Несомненно, музеи как особое явление культуры, аккумулирующее и распространяющее огромные объемы информации, продолжают играть важную роль в сохранении культурно-исторического наследия [1].

Музеи сегодня можно рассматривать как предприятие, которое нуждается в брендинге с целью привлечения как можно большего числа посетителей в свои стены. Формирование и поддержание интереса к деятельности музея способно привлекать и поддерживать в людях интерес к культуре, истории, а также помочь преодолению кризиса самоидентификации.

При анализе современной социокультурной ситуации не приходится отрицать сложное взаимодействие глобальных и локальных тенденций, которые проявляются во всех сферах, в том числе и в сфере культуры. Все возрастающую роль в современном обществе приобретает визуализация способов восприятия культурно значимой информации, то есть переход от восприятия этой информации в вербальных кодировках к восприятию ее в наглядных образах. Визуализация связана с бурным развитием электронных массовых коммуникаций, оказывающих существенное влияние на разные сферы жизни человека и общества. Всю деятельность музея можно представить как неразрывный информационный процесс, начинающийся получением информации из внешней среды (в том числе огромного количества визуальной информации – фотографий, картин и т.д.) и завершающийся ее внедрением во внешнюю среду в виде отобранного, сохраненного и атрибутированного экспоната [5]. По сути, музей должен визуализировать полученный материал таким образом, чтобы он соответствовал требованиям современного общества. Отражая происходящие кардинальные изменения в обществе и культуре, музеи в современном мире также переживают существенные трансформации в своем содержании и деятельности. Как было отмечено выше, музейная деятельность приобретает все большее социокультурное значение: возрастает роль музеев в сохранении и интерпретации культурного наследия, в сложных процессах социальной адаптации и культурной идентификации, в образовательном процессе, в организации досуга. Современные музеи вынуждены становиться центрами образования, коммуникации, культурной информации и творческих инноваций.

Джо Марш, руководитель отдела New business английской компании брендинга культурных организаций Jane Wentworth Associates, отмечает, что музеям «..нужно отказаться от модели «большой церкви», когда посетитель приходит в большое здание и разглядывает объекты. Все очень изменилось... сейчас все успешные проекты больше направлены на диалог» [2]. По мнению специалиста, именно использование возможностей электронных медиа, эффектные решения в области визуализации экспонатов могут сделать этот диалог возможным и продуктивным.

Однако появление разнообразных, в том числе и виртуальных, музеев, а также развитие новых видов и форм музейной деятельности происходит во многом стихийно, без осознания глубинного единства и связи между их проявлениями. Сегодня недостаточно учитывать только историческую и культурную значимость музеефицируемых объектов [1]. Любой музей должен поддерживать баланс между эффективным и визуально привлекательным способом представления информации и гарантированным сохранением достоверного культурно-исторического знания. Иными словами, эффективная современная визуализация культурно-исторического опыта не должна искажать смыслового содержания и разрушать исторический контекст. Визуализация охватывает не только проблемы представления информации и визуализации культурно-исторического опыта, но и подразумевает поиск новых способов организации пространства. Сесилия Мартин, консультант Jane Wentworth Associates, озвучивает следующие соображения на этот счет: «Если культурный центр хочет быть релевантным и находиться в авангарде в XXI веке, то он должен использовать свое здание как один из способов коммуникации и стать провайдером контента и платформой для диалога, а не коллекцией и стенами. Модель музея Гуггенхайма в Бильбао – впечатляющее здание знаменитого архитектора хорошо сработало, но это было 15 лет назад, когда они только начинали. Сегодня же общество требует других вещей – гибкости, подвижности и того, чтобы центры сделали что-то в других местах — отправились в регионы, распространялись и проникали на другие территории, а не ограничивали себя двумя столицами. Если говорить в глобальном масштабе, для лучшего понимания культуры нужно вовлечь так много людей, как только возможно, из разных частей света. Есть маленькие и большие места, во всех них живут люди, и они не могут узнать об институции, если она следует модели «большой церкви» [2].

На основе вышеизложенного, отметим основные направления совершенствования деятельности музея, которые могут позволить ему успешно выполнять функцию передачи и сохранения культурно-исторического опыта в современных условиях. Отметим, что эти направления практикуются в мировом опыте брендинга культурных и исторических центров и дают отличные результаты:

1. изменение внешнего вида здания музея, использование его в качестве способа коммуникации с посетителями;
2. новые подходы к способам визуализации культурно-исторического опыта: использование современных мультимедийных средств, инсталляций, интерактивных представлений, творческих новаций и т. д.;
3. политика включения посетителей в диалог, вместо привычного монолога, когда посетитель самостоятельно ходит по музею и читает подписи к экспонатам;
4. формирование научно-образовательных центров, клубов, проведение различных мероприятий в рамках деятельности музея.

Разумеется, данный перечень не является исчерпывающим и может варьироваться в зависимости от конкретных случаев, однако, он отражает общий тренд.

Перейдем к рассмотрению конкретного примера реализации этих направлений деятельности по брендированию музея. В качестве примера был выбран музейный комплекс «Яд Вашем» – известный по всему миру национальный мемориал Катастрофы (Холокоста) и Героизма, находящийся в Иерусалиме. Мемориал был основан в 1953 году с целью увековечить память о евреях-жертвах нацизма в 1933-1945 годах, разрушенных еврейских общинах, а также отдать дань уважения борцам против фашизма и праведникам мира, спасавшим евреев, рискуя собственной жизнью. В переводе с иврита «Яд Вашем» означает «память и имя». Название отражает одну из главных идей музея: согласно еврейской традиции, человек не исчезает из мира, пока кто-то помнит его имя.

15 марта 2005 года в Иерусалиме было открыто новое здание музея истории Холокоста. Старый музей, работавший с 1953 года, был заменен на новый, в четыре раза больший. Эта замена диктовалась не только неуклонным ростом фондов и желанием превратить музей в полноценный исследовательский институт, но и решением применить более выразительные средства визуализации экспонатов, которые позволили бы сохранить прежнюю остроту восприятия трагических событий 30-40х гг. XX века. Посмотрим, как в музее было реализовано каждое направление.

«Яд Вашем» представляет собой общей сложностью 29 зданий и мемориалов. Музей начинается с Информационного центра – здания из стекла и бетона. Сотрудники центра предоставляют посетителям необходимую информацию о Мемориальном комплексе и помогают выбрать нужный маршрут. Выйдя из Информационного центра, можно направиться непосредственно в Музей истории Катастрофы, пройдя по узкому мосту над пропастью, связывающему здания центра и музея. По мнению создателей музея, это необходимо для того, чтобы попасть в прошлое. Нельзя просто так, без нужного настроения, перенестись в события тех лет. С точки зрения психологии, это очень эффективное решение, воплощенное в структуре и организации пространства музея. Здание Музея истории Катастрофы состоит из девяти подземных галерей, представляющих историю Холокоста. Хронология и события поданы через личное восприятие человека, его семьи, через судьбу выживших и уничтоженных нацистским режимом. В экспозиции широко представлены предметы быта, свидетельства, фотографии, документы, произведения искусства, мультимедия и видео. Его здание представляет собой бетонную призму, стеклянная вершина которой выступает за пределы стен. Посетитель оказывается в плохо освещенном пространстве с серыми стенами, по обе стороны от центрального проёма отходят боковые отсеки, в которых представлена история нацизма, начиная с его зарождения в Германии 1930-х годов. Продвигаясь по тоннелю, посетители как бы вживаются в роль жертвы геноцида, чувствуют загнанность. Каждый отсек в тоннеле – отдельная глава истории Катастрофы: еврейские гетто и их быт, восстания в гетто, лагеря смерти, изнурительные работы, смерти. История тысяч людей рассказывается на основе отдельных человеческих судеб. Здесь представлено множество фотографий, предметов быта, свидетельств, документов, произведений искусства. Приведем лишь один комментарий посетительницы музея Ирины Левиной: «И с каждым шагом всё труднее дышать и всё тяжелее идти, хотя безумно хочется, чтобы всё это поскорее закончилось. Сначала я методично включала свой аудио-гид у каждого экспоната, слушала. Потом почувствовала, что мне достаточно визуальной информации, слушать больше нет сил» [4]. Стоит отметить, что в музее не используются застекленные витрины и другие стандартные для музеев конструкции. Под каждый экспонат, под каждую вещь или фотографию сделана индивидуальная стойка подходящего размера. Это отражает идею о ценности каждой вещи, в которой застыла история человека, и ее уникальности, огромном желании потомков помнить свою историю. К концу тоннеля уровень пола начинает подниматься, стены раздвигаться, а повествования о погибших сменяются рассказами об уцелевших. Наконец, посетители выходят из тоннеля и видят несравненную панораму Иерусалима. Прохождение через бетонную призму музея оставляет неизгладимое впечатление у всех посетителей.

В стороне от Музея истории находится здание Зала имен, где увековечены имена и биографии миллионов уничтоженных евреев. Зал представляет собой круглое шатерообразное помещение, вдоль стен которого расположены полки с личными делами жертв. Оставлено пустое место – архивы музея постоянно пополняются, и главная миссия комплекса – восстановить и увековечить имена всех погибших. В центре зала, под поднимающимся вверх шатром с фотографиями, выкопан котлован, заполненный водой. Фотографии с шатра отражаются в воде смутно, а музей делает все, чтобы эти отражения стали такими же четкими, как и фотографии на шатре. В некотором смысле «Зал имен» по своему визуальному воплощению – квинтэссенция идеи всего комплекса, а также отношения евреев к Холокосту. Музей просит, пока еще не поздно, пока живы уцелевшие в Катастрофе, их родственники или друзья, заполнять лист свидетельских показаний, чтобы увековечить память обо всех погибших.

Еще одним впечатляющим местом по своему визуальному решению является Детский Мемориал – пещера, вырубленная в скале, являясь памятником для 1,5 миллионов детей, уничтоженных во время Холокоста. Имена убитых детей, их возраст и место рождения звучит в записи под сводами Мемориала, сопровождая каждого, кто входит сюда почтить их память. В помещении нет света, горят только 5 свечей, отражающихся благодаря системе зеркал сотни тысяч раз. В еврейской традиции душу человека часто сравнивают со свечей, поэтому Мемориал имеет глубокое философское основание.

Заслуживают особого внимания памятники, расположенных на территории музейного комплекса – памятник Янушу Корчаку и памятник депортированным. Знаменитая Аллея Праведников мира позволяет посетителям отдохнуть, она вселяет надежду и рассказывает о людях, смогли сказать фашизму «нет» и

сохранить человеческое достоинство. За спасение евреев от нацистов с 1962 г. более 22 000 человек награждены званием Праведник народов мира, а их имена увековечены в Мемориале «Яд Вашем» в Иерусалиме. Более четверти из них совершили свой подвиг на территории бывшего СССР.

«Яд Вашем» интерактивен. На сайте музея можно найти огромное количество информации о людях и их судьбах, об истории Холокоста, есть возможность вести переговоры с сотрудниками музея по вопросам обучения, поиска данных и многим другим. Существует система поиска по фамилиям, дающая возможность найти сведения о родственниках, погибших в годы войны. Возрастание роли музея в социокультурном пространстве проявляется в реализации его образовательно-воспитательной функции через форму создания специальных околмузейных и внутримузейных структур. При музее действует научно-исследовательский центр изучения Холокоста, куда приезжают люди со всего мира. Центр исследований предоставляет возможность для изучения исторических, тематических, морально-этических и других аспектов Катастрофы, обеспечивая доступ к работам всемирно известных учёных – историков и философов, а также к фондам «Яд Вашема». Центр исследований открыт для всех желающих. Исследователи в «Яд Вашеме» собирают сведения о евреях различных государств мира, в том числе и находящиеся в закрытых архивах.

Мемориал «Яд Вашем» ежегодно посещают более миллиона человек – это порядка трех тысяч человек в день из всех стран мира. Вход в музей бесплатный, но посетители по своему усмотрению могут пожертвовать средства на содержание музея. «Яд Вашем», освещающий страшные страницы истории человечества, не нуждается в рекламе. Он успешно реализует на практике те новые виды деятельности и способы организации работы музея, современные визуальные решения представления культурно-исторических данных, позволяющие хранить память об истории и культуре. На примере «Яд Вашема» многие музеи могли бы привлечь в свои стены посетителей всего мира.

Список использованных источников и литературы

1. Мастеница Е.Н. Музей в современной социокультурной ситуации. Тезисы Международной научно-практической конференции, Казань. [Электрон. ресурс] – 2005. – URL: http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?li2=1&c_text=18
2. Каким должен быть музей: воркшоп Джо Марш и Сесилии Мартин из Jane Wentworth Associates. [Электрон. ресурс] – 2013. – URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/6587-kakim-dolzhen-byt-muzey-vorkshop-dzho-marsh-i-sesilii-martin-iz-jane-wentworth-associates>
3. Яд Вашем. [Электрон. ресурс] – 2013. – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%B4_%D0%B2%D0%B0-%D0%A8%D0%B5%D0%BC
4. И. Левина. Музей «Яд Вашем». [Электрон. ресурс] – 2012. – URL: <http://www.aboutisrael.ru/str/49/>
5. Хитарова И. Ю. Методика включения музея в систему информационной безопасности социально-культурной сферы. [Электрон. ресурс] – 2011. – URL: <http://etnosocium.ru/khitarova-i-yu-metodika-vklyucheniya-muzeya-v-sistemu-informatsionnoi-bezopasnosti>
6. Официальный сайт «Яд Вашем» [Электрон. ресурс] – 2013. – URL: <http://www.yadvashem.org/>

EUPHEMISMS IN ADVERTISING COMMUNICATION

Artyushenko A.S., student

National Research Tomsk Polytechnic University

«Euphemism - an indirect, paraphrasing and polite way to show object properties and action»

L.P. Krysin

Among the advertising goods, there are some ones which have or even limitations, to mention cultural traditions. The creation of such advertising because of is complex process and hard-working. It connects with necessarily to inform the consumer about the product and you should be in certain social and cultural norms. One of the tools used by advertising agency to solve such problems is a variety of verbal and visual euphemisms.

Verbal techniques *euphemization* well known and well-studied in the research of language. But visual phenomenon *euphemization* is still less studied [3]. The advertising is a verbal and visual unity. It is role in perception and the influence is extremely important. Advertiser, is working with some "juicy" problem uses not only the language, but the images to intend the problem in an acceptable from.

Due to language opportunities and the possibility to describe reality by different way advertising connects indirect implicit information, which creates a sense of superiority in the consumer eyes. Euphemisms in this case play an important role. They are an effective means to manipulate of the minds of consumers because they divert consumer`s attention from negative aspects of certain situation, and show it with tints on light.

Euphemism in advertising

Euphemism techniques can be found in any advertising. It connect with commercial purposes of advertising, one of which is to put best characteristics of good in bring to the fore to create a favorable image in the eyes of the consumer. One of the promotional strategies, such as "benefits strategy", pushes the advertise to search and to use euphemism techniques future advertising. The purpose of advertiser is to make better reality

and to turn disadvantages into advantages. One of the best example of the successful usages of euphemisms in advertising is the advertising car "Volkswagen Beetle" in the United States. This ad can be named as the best in the XX century. For the time of domination of the huge cars with spacious and comfortable interiors, to sell low-comfortable mini-cars on the US market with a completely unusual appearance was extremely difficult [1]. However, the agency of Bill Bernbaha coped brilliantly with this task. All disadvantages of "Black Beetle" with euphemisms were shown as advantages. For example, a small size was presented as a compact, small engine capacity as economical one.

The most popular euphemism tech techniques:

1. Some physiological processes and states. Most often, it is an advertisement of medicines, to solve delicate health problems (prostatitis, sweating, etc.)

2. Images of certain parts of the human body.

3. Image of relations between the sexes. In this case, advertisers are not so try to avoid the topic. Often, advertisers tend to use sexual themes to attract attention. Here l the imitation is the only public opinion and government regulations.

4. Disease and death. Mankind tends to avoid these issues. However, in the world there are therapy for terminally sick people, there are funeral agencies social advertising, raises problems of deadly diseases and situations. It is worth noting the exaggeration is more often in social advertising and euphemism techniques are used more rarely than in any other kinds of advertising.

Euphemization has a significant influence on language modern advertising. Variety euphemistic resources used by advertisers to show good in the best way. It all depends on a sense of humor of advertiser and him creativity. You should be cautious to use euphemism techniques. Don't make mistake or you can have opposite effect [2].

References

1. Dotsenko E.L. Speech manipulative techniques in advertising.
2. Kesler E. Visual and verbal euphemisms in advertising.
3. Owl S.V. Euphemisms in the economy and advertising.
4. Podorozhnaya L.V. Persuasive language of advertising.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTERNET-ADVERTISING IN RUSSIA AND ABROAD

Baranova A.S, student

National Research Tomsk polytechnic university

The modern world cannot be imagined without the global information network. The Internet has become almost the second reality to recreate the reality of our lives. Shopping, money, dating, news and entertainment – now all of these – have electronic equivalent. Advertising is an integral part of the marketing of human activities, reflected in this virtual world.

Internet-advertising, becoming a par with TV, outdoor and radio-advertising, has acquired its own characteristics and established itself in the information space. Such advertising has its advantages over boring "traditional" advertising on television, in magazines and newspapers in the first place due to its relative youth. But at this moment the interest of advertisers to the Internet has gradually reduced. What is the reason?

Internet is the fastest growing segment of the advertising market. The volume of the online advertising market in Europe in 2011, according to research, reached 20.9 billion euros, 14.5% more than in 2010. Excluding the segment of online advertising European advertising market last year has almost not increased (up 0.8%). The volume of the five major online advertising market in the European region, according to the IAB, 67.9% of the total size of the European market. The share of these countries, as noted in the IAB, is reduced. The five largest markets for online advertising are the UK, Germany, France, Italy and the Netherlands. The Russian market of online advertising grew in 2011 by 55.5% to 1.12 billion euros, making it the sixth largest in Europe, said Interactive Advertising Bureau – IAB. Russian Internet advertising market in 2011 increased to 1.12 billion euros, writes Cnews.

The greatest growth of online advertising is observed in segments such as mobile advertising, video advertising and marketing on social networks. The preferential distribution of advertising in social networks is a relatively recent phenomenon, but it is very popular especially in Russia. Such characteristic features of Russian mentality as teamwork, commitment and trust to discuss the opinion of friends create fertile ground for the development of advertising pages and groups in the network "Vkontakte" and "Odnoklassniki". Indirect supply of advertising messages in interesting information or message from a friend can overcome the psychological barriers that often arise in the modern consumer. In addition, the obvious advantage of advertising on social networks can be considered as a possibility of a precise definition of the target audience and control of the advertising message, and the ability to track page views and statistics group of brands. Video advertising on the Internet often lasts longer than TV advertising, which allows advertisers to increase the informational part of the advertising message. Mobile advertising has spread because of the expansion of the market for smartphones and

other electronic devices which are capable of mobile Internet. All of these factors are meant to attract consumers to the Internet-advertising, to the development of this segment of the advertising market.

The main problem complicating the passage of advertising messages via the Internet, is the excessive abundance of information. Daily user can see more than three thousand advertising messages in The Net. It seems quite natural that most of them passes through the consciousness of the consumer and does not work. What is the reason for a slight outflow of advertising, which, however, can lead to a decrease in the share of Internet advertising. Thus, the main task of modern advertising specialists is to understand what specific factors may affect the recruitment and retention of the consumer's attention to advertising in the global net.

Modern advertising industry has some tools to achieve this goal. Among them there are some tools to provide interactive advertising. Consumers already bored with monotonous lecture of the videos, are interested in the possibility of personal influence and participation in the process. Internet allowing tests in any capacity of virtual reality is an ideal space for such efforts. It is no coincidence situational commercials with the possibility of an alternative development of the plot, as well as interactive banners and intros are the trends that are trying to distinguish advertising campaigns of European and Russian brands. Mandatory requirement of our time is to design website for every company. Specifics of the target audience are the determination of the presence or absence of online flash-animation, music and video-wallpapers, dynamic elements and the possibility of feedback and online-communication of consumers. However, in practice, all or the majority of the above elements, combined with professionally composed content provide the popularity of the resource. One of the most important parts of a website is the design and concise site map, allowing the visitor to reduce the time to find the right information, which he can spend directly on the study of the advertising message. Opportunity of online-shopping can also play on the desire of the spontaneous purchase. In online-shop such a purchase can be made much faster than in a regular store, spending with fewer forces. Because of today's mobility and the speed of life, this aspect is a good reason to become a member of online advertising - the process for any user.

A significant role in the creation of site's popularity is search engine optimization. Good work of programmers in designing online advertising-campaign website can provide a presence in the top ten search of answers, but frequently this aspect of the advertiser pays very little attention, which inevitably affects the effectiveness of the advertising message. Making the site more informative, interesting and useful – that is optimal for users, developers, increase its chances of attracting the largest segment of the audience interested in the matter. This optimization requires working on site content, creativity and understanding of the interests of business and customers, a lot of experience and knowledge.

Records of all the above factors, combined with the trends-2012 in a limited format outdoor and television advertising will maintain the high level segment of the advertising market in the coming years. According to the latest forecasts, the Russian Internet advertising market in 2012 will grow by 37% and increase the share of the advertising market, according to a research report Goldman Sachs. The growth of the online advertising market will impact the ban on beer advertising on television in July 2012, and restrictions on outdoor advertising in major cities. The largest Russian Internet company "Yandex" and Mail.ru Group occupy a significant market share in its presence and are able to maintain their position, despite the fact that the rapid growth of advertising spending in 2011 will be reflected in the prices for advertising in 2012-2013, there is in the report.

Thus, analysis of the situation in the advertising market for 2010-2012 can conclude steadily growing importance of the global information network. The main advantage and at the same time, a lack of media channel is the over-abundance of information and its frequent repetition. To attract customers, advertising agencies not only have to resort to innovative approaches to the presentation of a promotional offer, but also to fund a mentally new ways of filing. The rapidly evolving information technologies allow walking with them up to be in demand in the market today. Ways of forming the advertising market is still in the category of probabilistic assumptions and theories, thinking through all the possible, probable, and impossible variants of its development is an integral feature of successful advertising specialists of present and future time.

References

1. AdVesti – URL: www.advesti.ru (дата обращения 22.03.2013)
2. Advertology. Наука о рекламе – URL: www.advertology.ru (дата обращения 22.03.2013)
3. Adme – URL: www.adme.ru (дата обращения 22.03.2013)
4. Mail.ru – URL: www.corp.mail.ru (дата обращения 22.03.2013)
5. Open letter to Mozilla – URL: www.iab.net (дата обращения 22.03.2013)
6. Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы – URL: www.iabrus.ru (дата обращения 22.03.2013)

PUBLICITY IN THE RUSSIAN REALITY

Belyakova A.S., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Today one of the main objectives of the PR-specialists – the organization of publicity. Publicity – is the public's attention to an object, which is formed organizational PR-structures through the free media attention. The organization of effective publicity is important to the business. But for a number of reasons in Russia publicity hardly used. As a result, businesses are not able to draw attention to their activities, and PR-activities gets a shade extra cost and inefficiency. To solve this problem, it is important to improve the system of the Russian media. It is also important to develop unique approaches to the use of such a tool of publicity as attracting the attention of various media and raising public awareness of the activities of an entity.

In modern society, every social entity acting seeks to establish communication with other elements of society. This provision is especially true in business, in which the effectiveness of communication flows depends economic success of the enterprise. In this business it is important to form a certain image in the eyes of audiences, promote the growth of interest in the organization.

Indicated above trends lead to the fact that today one of the top goals of the PR-specialist is to organize publicity [1.p.99]. Publicity generated organizational PR-structures by attracting media attention to a particular event. Specific honors organization publicity is that PR-structures are not able to influence the placement of any information to the media, because they do not pay for its placement.

The classical model of the organization of publicity based on free media involvement, common in the West (Dzh.K. Levinson, R. Frishman, D. Dotti etc.). But this view is shared by the Russian experts (M.A. Shishkina). However, in the Russian reality is often a publicity refers to the various types of commercial advertising. All this leads to the fact that such activity does not work, have come to expect, it does not ensure popularity with the general public.

In general, this situation replacement publicity other activities common in business. This is due to the fact that the activities of businesses designed to meet the individual interests of individuals and has no social value that could attract the attention of the media and the public. In particular, it concerns the business scope that does not have much value to society. However, in a competitive environment these structures needs the publicity. "The organization of PR in the business need to remember that the purpose of business – profits, purpose of publicity in the business – to create better conditions for profit " [1.p.23].

In order to analyze the situation, it is necessary to turn to its root causes. One important reason for replacement of publicity is an imperfect system of the Russian media. Modern media see their goal to achieve maximum financial return, not in the service of society. Moreover, knowing the possibilities of business, the media practically placed free information, resulting publicity is hardly ever used.

An equally important reason that the organization in Russia publicity is not used, is the work of PR-experts, whose task is to "develop and provide much of the news media coverage" [4.p.49]. For effective publicity is necessary to consider a some factors that contribute to achieving the desired known enterprises. These factors include: the ability to create interesting news, organize media attention informational reasons, interact with journalists. Take into account the social importance of the event, novelty and other factors, due to which it gets in the media. "Making publicity without creativity is unreal. You can make candy for 2-3 thousand dollars, and you can have a huge budget and squander it "[2.p.17].

In terms of effective communication with the media is beginning to acquire essential skills PR-specialists to work with the news.

If attention is drawn, it must be supported and strengthened, that is making the news again. Every growing company is constantly changing. These changes are the news. The news must be reported immediately. As the news can be: a new product, new name, new foreign service, changing the company's image, new markets, research and development, financial reports (price changes), public meetings, special events, etc. In general, anything that makes the target audience of the company to consider different products made by the company, the services provided by it, irreplaceable, and prices – acceptable.

News stories the message, can be presented in the form of the company newsletter, a variety of materials, clearly illustrating the benefits of this product. According to the Russian researcher V. Vdovin [3] most editors consider news, so are prepared to stay for free information, which is based on:

1. Events that change or highly likely to be able to change the balance of power in the market.
2. Items which contain the conflict.
3. The event, which was not expected.
4. Events-curiosities that can retell an anecdote

Professional incompetence, lack of time and resources, the underestimation of the importance of PR-specialists organize effective publicity leads to the fact that the public is not formed by the attitude and interest in cooperation with the company. Due to the fact that publicity is the product, the result of PR-activities, some theorists and practitioners of his lack of business – the structure of the experts explain the inefficiency of public relations as a whole. This, in turn, leads to negative attitudes to those skilled in the part of employers, to inhibition of the development of public relations in our country. It should be noted that in the West in the 60 years of XX century, a similar situation when the PR was seen as an attribute of the image and to attract media

and had to pay for the coverage. However, today, in international practice to have a clear idea that the formation of interest from the media and popular software company in the eyes of the public it is the result of daily work PR-specialist.

The onset of the crisis that resulted in the mass dismissal of PR-specialists, clearly demonstrated the lack of efficacy of their work (inability to boost the interest of the company to the public, that is, to provide free publicity, which particularly require businesses in challenging times). Moreover, the crisis has once again confirmed the importance of developing a unique approach to the formation of the publicity business organizations.

These effects demonstrate the need to address the current problem of ignoring such an important tool for PR-activities like publicity, not only for the efficient operation of individual businesses, but also for the further development of Russian publicity in general. A possible solution lies in the improvement of the domestic media and harmonize relations between journalists and experts in the field of public relations, as well as in the development of unique approaches to PR-specialists such as a publicity tool to attract the attention of various media and therefore different target audiences reference to the activities of the subject PR.

References

1. Alekseeva T. The "thing in itself" within Russian society. PR in the domestic context, Counselor. 2000. Number 3.
2. Black, Introduction to Public Relations. Rostov-on-Don, 1998.
3. Vdovin V. Information reason: a view from the other side of the fence – URL: <http://unibiztv.ru/info/pr.php>

PR ANALYSIS OF THE COMPANY AS AN EXAMPLE OF "STAR TRAVEL"

Dunaeva N.V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

“Star Travel” (Student Travel Agency Russia) – is a leading youth tour operator of the Russian Federation. The company was founded in 1995 and nowadays it has had its own branches in 18 cities of the Russian Federation and treaties on cooperation with more than 100 key universities of the country [6].

The mission of the company is:

To provide every tourist with quality recreation, to meet clients expectations also it promised try to comply with the wishes and their client’s needs in education and work. In spite of the difficult economic situation the company tries to make recreation available for all categories of tourists, it chooses the most beneficial prices and special offers, therefore that the low price is not going to have an outcome on the quality of the recreation [6].

The slogan of the company “Star Travel” sound as, we are: “The most qualified guide in the world of fascinating trips. Discover the world with us and you will see how it is beautiful!”[6].

From the submitted slogans, the organization's mission can be said that the company is developing a company's image and creates a corporate culture.

Volume of services of the company, most of the student exchange program is a WAT (Work and Travel), the second place is taken by study tours, the third sale of tickets to various destinations, on a level with the third place of sale of tours to various parts of the world.

The general principals of staff management are clearly identified in the company “Star Travel”. They are formula ted the same:

- A principle of staff continuity in the sense of combining mature and immature employee.
- A principle of democracy.
- A principle that a client is always right.
- A principle of indemnity

The company “Star Travel” develops in the travel service. For holding its position it expands and strengthens its image in Tomsk city for attracting new customers in the way of new personal contracts and specially organized events that do not require huge money costs. The bases of loyal customers are created with the help of using high enterprises’ and organizations’ need in skilful staff. The reach-out programs with each separate segment of consumer are developed with taking into account the preferences of each of them. Using new and unusual marketing tools for penetration into the habitat of consumer [1].

Also the big advantage of the enterprise is availability of Web site where the whole information is set in details, the availability of databases with which help you can easily do mailout of information to potential clients.

The disadvantage of the management system is a small amount of employees. As a result one employee has to perform several tasks and sometimes combine several professions.

Risks and limiting measures their outcomes

Types of risks	Limiting measures of their outcomes
Demand instability	Conduction of the bigger amount of promo actions for more company awareness, also talking about provided services
Risk stipulated by the way of competitors behavior or occurring of new competitors	Creation of new tours, programs with valuable and affordable high-quality services for attracting new clients and holding up loyal customers
Contingences (accidents, natural disasters, political instability)	Property insurance of tour operator of the RF 'Star Travel'
Growth or tax changes or tax index	Control and monitoring legislation and also attraction of auditing company
Decrease in consumer financial solvency	Creation and choosing tours, programs on the basis of financial solvency
Image deterioration of the company with which the tour operator cooperates	Show the responsibility of the company to customers or search new companies for cooperation

Analyzed the activity of the company, its organizational structure, the risks can draw several conclusions.

I add some improvement points for a company. To my mind, the main problem of Star Travel as organization is an incorrect policy in a sphere of clients loyalty. Managers pay a great attention to clients attraction. But they forget about quality of service. So the author add to make a reorganization of sector of work with clients. It is necessary involve new marketing strategies. Customer relationship marketing will help not only to attract clients but also to keep and save their loyalty to "Star Travel" [4].

Star Travel company picks up steam in the development of tourism business. To keep the position it extends and enhances the company's image in Tomsk to attract new customers by means of personal contacts and specially organized events that do not require large cash expenditures. Accumulating base of regular customers, using the increased need for companies and organizations in the highly skilled personnel. Develops programs reaching out to each segment of consumers, given the preferences of each. Using new, innovative marketing tools for penetration into the environment of consumers [2].

Just a big advantage is the availability of a site where all of the information set out in detail, the availability of the database with which you can easily do receive information to potential customers.

To my mind, the lack of a control system is a small staff. In this regard, one worker has to perform multiple tasks and sometimes combine several professions.

Due to this fact that almost all employees of the company "Star Travel" are young, they have short employment history. Perhaps, training and seminars would help them to get skills and knowledge.

One more disadvantage of the company is that it fights for the quantity rather than quality and often pays little attention to its client. In addition "Star Travel" attracts and informs the customers but often it cannot hold up them.

Another disadvantage of the company fights for quantity, not quality, and sometimes pay little attention to the client. And Star Travel attracts and informs the customers, but they often do not get to keep them.

References

1. Mikhhalchenko E.V. Modern Management: Manual. – Tomsk: Tomsk Polytechnic University, 2009. – 180 p.
2. Tyslenko A.G. Management. Organizational management structure. – M: Alpha-Press, 2011.
3. Kibanov A.J. Personnel management: a workshop. MA Economics, 2006.
4. Frank E. Consultants and selection of human capital services for the selection of personnel. – M. Science, 2003. – 343 p.
5. Shekhovtseva LS. Strategic Management: Manual. – Kaliningrad, Publishing House of the State University, 2001.
6. "Star Travel" – URL: <http://www.startravel.ru/>

SPORTS MARKETING

Eryomkina O.V., Volkova N.V., students
National Research Tomsk Polytechnic University

Abstract: Millions of people all over the world lead a healthy way of life. Physical education and sport in modern society are the most important factor in maintaining and improving human health.

The purpose of our work is to show how sports advertising can motivate the modern society to a healthy lifestyle, to direct the consciousness of people to maintain and improve health, increase our culture, means of communication, recreation, etc.

Brief description of the text: Sports are a major part of today's society and advertising plays a big role in this.

Keywords: sport, marketing, athletes, sport celebrities, advertising, company, effectiveness, information, event.

As society develops, physical activity and sport is increasingly penetrating all spheres of life, they are becoming a more important part of life of the world civilization. Millions of people all over the world lead a healthy way of life, part of which is exercise and recreational gymnastics, participation in competitive sports. The giant is developing rapidly in recent decades and elite sport, gradually turning into an entire industry of sports and entertainment events. Physical education and sport in modern society are the most important factors in maintaining and improving human health, improving our culture, way of communication, active leisure, the alternative to harmful habits and preferences.

That is why, as a rapidly developing industry, sport uses advertising. For successful business and advertising it is important to provide profit. More recently, sport marketing increasingly seen in terms of commercial use. Companies are willing to invest huge funds in sport as it is an effective marketing tool. With sports you can achieve the most important, in order to aspire copywriters, promoters and media strategy – empathy. Using advertising in sport created an emotional connection with consumers, which is more difficult to achieve with traditional methods of direct advertising [5].

Sports' marketing is acting in two basic forms. First – it's sponsorship of sporting events: competitions, cups, championships. The second – the organization of special sporting events from local to national. Most sponsored sports in Russia are football and figure skating. Indisputable advantages are sponsoring sporting events are guaranteed contact with thousands, and often (in television broadcasts) an audience of millions, and deliver a clear emotional message.

A striking example of competent sports marketing activities of the company is Coca-Cola, which has more than 20 years of sponsoring football. FIFA World Cup is held every four years. Support for this type of sport you can constantly see the fans – in direct advertising, packaging, point of sale and raffles tickets, with logo placement in the organization of special events with a sports theme, the purpose of which – to be in closer contact with consumers on uniting all the emotional bases. Sports marketing must ensure continuous dialogue with consumers [4].

Example of marketing through sports is the strategy used by Gillette Match to promote its personal hygiene products through representative figures of each sport on television during broadcast sports events. Gillette uses personalities from different sports for this: such as Thierry Henry from football, Roger Federer from tennis and Tiger Woods from golf. In the commercial these celebrities appear using the products of the company showing the results in order to demonstrate that if successful people use the products you should use them to. It is a clear example of this concept, because the company using this marketing strategy is not related to sports at all, but through important personalities of each sport it has the possibility to get to its target audience.

Sports organizations are able to make big money by advertising products and services. It uses various forms and means:

1. commercials during the telecast;
2. putting the billboards in sports arenas;
3. placing advertisements in sports newspapers, magazines, booklets, programs, on entrance tickets, etc.
4. athletes participate in promotional programs; it has been recorded in promotional films, music videos, etc.
5. statements, positive reviews and features popular athletes and coaches about the products of sponsor;
6. images of popular athletes and sports symbols on products or their packaging;
7. the spread at sports events brochures, badges, pendants, etc., selling goods on sports bases and sports facilities;
8. broad information exactly about sponsorship and sports organizations;
9. athletes in the clothing or equipment with identification marks sponsor [3].

Now, there are a number of benefits associated with the use of sport advertising. First, the products or services that make use of sport celebrities in their advertisement lead to massive consumption especially from the sports fanatics. Secondly, the advertising companies that make use of sports advertising spend less in the advertising process. Less in the sense that one advertisement message is used to reach a large audience and at the same time. Thirdly, sport advertising ensures that a company's brand or image is boosted. By simply being associated with a major sporting event can make people change a misconception and enhance the company's reputation. A company's reputation is very important in determining the business status and overall customer turnover.

Now when a company decides to use sport advertising to boost their advertisement campaigns, the selection of the sport celebrities must be done carefully. Some companies will decide to make use of famous sportsmen while others may decide to use sport personnel who has good characters. Hiring some of the sport personalities can be costly and hence a company must first consider the ROI (return on investment) before hiring any sport celebrities. Again, the method used in advertising must also be considered [2].

Cost

Depending on the venue, sports advertising can be cost-prohibitive for a small business. An extreme example would be the ultimate in sports advertisements: the Super Bowl. The 2011 price for a 30-second

advertising spot during the Super Bowl was about \$3 million. While a spot like this would most certainly enhance your name recognition, the price would prevent most from considering it. Local advertising, while certainly less expensive, reaches far fewer people.

Moral Failings

Depending on the product you are marketing, tying marketing efforts to a specific sporting event or player may be directly impacted by moral failings of its participants. In professional sports, Tiger Woods had developed a brand that drew eager advertisers from Nike to Buick to spend millions to employ him as a spokesperson. Many of his sponsors withdrew ads due to his failings. This can happen locally as well, on a smaller scale.

Return on Investment Varies

While the return on investment (ROI) for sports advertising is apparently very good, as evidenced by the exorbitant rates associated with major events, the ROI may vary depending on several factors. In many sports, temperature extremes or precipitation can greatly reduce attendance and effectiveness of an event. Often a small business will advertise on specific, high-profile events but may or may not attempt to cover every event for an entire season. While this is certainly less expensive, it can lead to more risk exposure due to possible postponement of an event. The popularity of a team due to its performance during a season directly affects attendance, and therefore ROI.

Other Considerations

If you advertise on television or radio, ad placement can be critical. Advertising early in the game while the event is being described and late in a game during its climax may yield more attentive listeners, especially in a longer event like a baseball game. It is, however, very hard to predict times during an event when you can gain the most listeners. Demographics can also be a consideration, as few sporting events appeal universally among genders and age categories [1].

Having considered the information we can say that:

- Physical education and sport in modern society are the most important factor in maintaining and improving human health. From this rapidly evolving industry, sport uses advertising;
- Sport marketing increasingly seen in terms of commercial use;
- Sports marketing motivate people to buy;
- It is important to have a good concept of the marketing strategy of the company;
- Sports marketing have its advantages and disadvantages.

Sports' marketing, as well as marketing in general, has a huge impact on the modern society, changing it for the better.

In conclusion we can say that the efficiency of the interaction between a brand, media, and athletes will be an indicator of the quality and effectiveness of the campaign. The event should give the audience a real pleasure, complete stagginess and excitement. The audience must observe a clear link between competition and advertising. In other words, emotions and feelings, the audience gets from the sport, should be linked with the brand and are automatically transferred to it.

References

1. Applegate M. Small business: The Disadvantages of Sports Advertising. 2013 – URL: <http://smallbusiness.chron.com> (date accessed: 24/02/2013).
2. A Member: nick – iantoddimg HubPages: The Benefits of Sport Advertising. 2013 – URL: <http://iantoddimg.hubpages.com/hub> (date accessed: 24/02/2013).
3. Briggs S. The Telegraph: A hundred years of sport and advertising. 2013 – URL: <http://www.telegraph.co.uk/sport> (date accessed: 23/02/2013).
4. Gifford A. InventorSpot: 10 Amazing Sports Ads That Demand Attention. 2013 – URL: <http://inventorspot.com> (date accessed: 24/02/2013).
5. Wikipedia: Sport marketing. 2013 – URL: <http://en.wikipedia.org/wiki> (date accessed: 23/02/2013).

INTERACTIVE ADVERTISING

Ivanova A.S., Kazakova I.O., students

National Research Tomsk Polytechnic University

Abstract: This article is about a new type of advertising – interactive advertising. The purpose of our work is to tell about interactive advertising, its methods, strategy, types and advantages compared to traditional advertising. The authors also give examples about successful application of this advertising in business. This article is divided into 3 parts. The first part tells about the definition of an interactive advertising and its advantages. The second part deals with the types of this advertising. And the third part is concerned with the examples of interactive advertising.

Keywords: interactive advertising, online, feedback, consumers, customers, company.

Advertising used to offer one-way communication. Modern technology, however, allows consumers to express themselves in response to advertising. This creates a more engaging experience for the user, and it

allows the advertiser to learn about customer preferences and behaviors. According to Interactive Advertising Bureau, the revenue of online advertising in 2011 year was \$26 billion, which is a 15% increase from 2008. This means that people are searching for products more on the Internet than on television or other types of traditional advertising [2].

Interactive advertising uses online or offline interactive media to communicate with consumers and to promote products, brands, services, and public service announcements, corporate or political groups. Also it uses promotional techniques that include an element of feedback from those to whom the advertisements are directed. This feedback gives the advertiser analytical data that can be used to improve the advertising methods being employed. The term interactive advertising is usually used to refer to online advertising, but can also be applied to offline advertising methods such as consumer surveys. It is more of personal interaction between the consumer and the company. The main idea behind this type of advertising is that the ad should be able to stand out in the crowd of similar products and intrigue the customer to know more about the product [1].

It offers immense benefits to the company as well as to the customers. First of all, advertising was only limited to financially strong companies who could afford splurging money in it. The small companies bore the brunt by not being able to market their products on a national level. With the onset of interactive media, the local companies were able to share platform with the multinationals. Advertisers were able to advertise with low budgets too and were able to attract same traffic as other companies. This strategy helped determine which ad was more appealing and how to attract more consumers by using this tool to their advantage. Even marketers were able to measure the effectiveness of an ad at a low cost [3].

Also with interactive advertising a satisfied customer can create a customized pitch for another potential customer. For example, a visitor to a dress maker's website can design a dress with the color and fabric that one of her friends prefers and then send an ad with a picture of the dress to her friend. The dress maker may offer the visitor a free dress if she sends enough of these ads to her friends. Moreover, through this channel, one can receive an immediate response from the consumer by way of testimonials, blogs and even by playing games on their websites. Another major benefit of the interactive advertising is that people before buying a particular product like reading about the advantages of that product, which are available through product reviews. These online reviews helped many companies attract their consumers. Therefore, this interactive media has opened up unlimited choices for creativity and has put the company on a global platform where people from all over the world can access the company's products or services [4].

Types of interactive advertising

Online Interactions

The Internet allows users to click on items they want to read, turn off messages they don't want to hear, select preferences between versions of products and type feedback to you, the advertiser. All these features can enhance your website. Visitors to your site can shape their experience by clicking buttons, selecting pause and play functions, choosing options from drop-down boxes and putting check marks in boxes on features such as polls and rating questionnaires [6].

Interactive Display Windows

The days of stiff mannequins in store windows are slowly giving way to interactive light shows. As passersby move, the images change. Consumers quickly learn to make arm movements and leg movements that alter the display. Examples of images include store logos, prices, text about features and specials that pop up when a viewer makes a specific move.

Interactive Kiosks

If you don't have a storefront, you can opt for an interactive kiosk. This smaller display in the middle of a pedestrian area allows consumers to answer questions with a flick of a finger or use their hands to move images about the kiosk screen. Customers can type in contact information, place orders and give feedback through video keyboards that appear on these kiosks. Animated characters can address customers by name (once they type their names in the keyboard).

Interactive Sidewalks

As pedestrians walk, lighted messages appear under their feet. The realization that the walker's movement triggers the message can engage consumers in reading what you have to say. Complex patterns may arise in response to multiple pedestrians, creating a communal feel to your advertising.

Interactive Stores

The old store catchphrase, "Don't touch" has disappeared in favor of a "Do touch" set of displays. Customers can create personalized toys by putting together parts, or they can view themselves in mirrors that come alive with animated characters when they touch them. Your interactive store can offer customers a unique experience every time they visit by offering them the opportunity to see their own faces on cartoon bodies or even remember their tastes and recommend products to them on a display screen [8].

Examples of the use of Interactive Advertising

There are so many examples of the use interactive advertising by different companies. Few of which were really creative and garnered a lot of attention through clicks. The first one defining fashion was the Burberry ad which had pictures of models wearing their products. A click on the model's image immediately made the model move herself and the prospect could view the shoes and other accessories like bags. The main purpose of this ad was to create a typical fashion show atmosphere which would interest the consumers to go further and look for

other creations. This ad also used 3-D technology to help the customer view the products from different angles [7].

Other than advertising on the Internet, traditional methods were molded to fit the new channel. Like a famous ad by Frito Lays which has a tag line – “Our potatoes are grown closer than you think”. They actually plastered a potato patch on the roof of a subway station. Similarly, Coca-Cola came up with an ad which had “Velcro” attached to their poster in order to feature their strong grip bottles. People passing by this poster were actually gripped by this ad and this resulted in a major increase in revenue. Even the government of a particular country made sure they are not left behind in this bandwagon. The government actually had shoes stuck to chewing gum on the streets to demonstrate how gum is better in the dustbin and not on the ground. This created a lot of interest among people and various networking sites [5].

Even ads on TiVo (digital video recorder) were not excluded. An ad by Charmin company advertised about their coupons usage while purchasing Charmin products. The user pauses the show and can order the coupon by the options given to him/her and after completing the process, he/she can resume the show. Similarly Domino's Pizza ad used this tool in TiVo where the users could order their pizza by logging into the site by typing an account number flashed on the TV. The consumers could make their own pizza by choosing the crust, toppings and size. This type of advertisement was too popular on TiVo [9].

In conclusion, interactive advertising more than advertising, because includes most important part of promotion – feedback. With the help of feedback we can not only analyze data about the people quantity of who saw or heard our message, we can make strong interaction between consumer and company, which can be created for years. If they have this interaction, we will have their mind.

References

1. Bhat Subodh, Michael Bevans, Sanjit Sengupta "Measuring Users' Web Activity to Evaluate and Enhance Advertising Effectiveness", *Journal of Advertising*, 31 (3) (2002), 97-106.
2. Chatterjee, Patrali, Donna L. Hoffman and Thomas P. Novak "Modeling the Clickstream: Implications for Web-Based Advertising Efforts", *Journal of Marketing Science*, 22 (4) (2003), 520.
3. George. E. Belch, Michael A. Belch, *Advertising and Promotion* (New York: McGraw-Hill, 2007).
4. Rosenkrans G., "Online Auctions as Advertising Revenue in the Media Mix", *Journal of Interactive Advertising*, 2005.
5. Marilyn S. Roberts, Hanjun Ko, "Global Interactive Advertising: Defining What We Mean and Using What We Have Learned", *Journal of Interactive Advertising*, 2001.
6. M. Cannon, "Addressing New Media with Conventional Media Planning", *Journal of interactive advertising*, 2001.
7. S. Rodgers, "The Interactive Advertising Model: How Users Perceive and Process Online Ads", *Journal of interactive advertising*, 2001.
8. T. Flew, *New Media* (Oxford, 2008).
9. W. Glenn Griffin, "New Media, Same (Fascinating) Process", *Journal of interactive advertising*, 2009.

ADVERTISEMENT EVOLUTION OF PEPSI CORPORATION

Kozlikina J., Parchagina K., students
National Research Tomsk Polytechnic University

In the middle of the 20th century serious studies of the phenomenon, without which it is difficult to imagine our life – advertising, started. We face with advertisements everywhere: sitting at home in front of TV, listening to the radio, on the way to work or university, – everywhere, wherever we are, we see and hear advertisements, telling us about goods. An advertising efficiency is expressed by means of studying an information about an investigated company and its product, and also about what exactly is known about them, what corporate and product image has been formed and what is the an attitude to them. Successful advertising ideas do not come easily: they need to be built, considering a lot of facts. The main purpose of advertising is an attracting consumers' attention to a product. The research objective is to analyze dynamics of commercials development of corporation “Pepsi”. Another challenge is to determine the basis for their advertising, what are their advantages, due to which their advertising has always and been a success.

First of all, let's look at the basic information about setting-up of the company and its first advertisement. Bradham created the Pepsi-Cola Company and registered the trademark in 1902, then, already in 1903, the first advertisement with Barney Oldfield was published. An image of the racing car driver in the New Bern Sun Journal and other American periodicals said “A bully, refreshing, invigorating, tonic drink, that is able to cure nervous disorders, headache, neuralgia, hysteria, melancholy, a fine bracer before a race”. For a long time there were no significant advertising changes in the company history. In 1967 the company conducted a research, that found that consumers more often pointed out the perfection of chilled Pepsi taste. This research has determined further marketing conception [3].

A topic that should not be missed is a competition between Pepsi and its main rival Coca-Cola. The first confrontations between these companies occurred in 1932. At that time owners of the Coca-Cola Company

accused the owners of Pepsi of a fraud. In stores, when consumers ordered Coca-Cola, sellers offered them Pepsi. In return, the Pepsi Company lodged a counterclaim by accusing the Coca-Cola Company of a pursuit. That is how a true war has started and is lasting up to now. Trying to overtake each other in global sales, companies have developed specific strategies that are aimed at creation of memorable commercials, new formulas and containers for drinks. The interesting point is that had USSR stayed out of that war for a long time. The matter is that Khrushchev preferred Pepsi Company. And only in 1988 Coca-Cola appeared in the counters of USSR.

In 1980s the first commercial appeared on TV, Tina Turner, Lionel Richie, Gloria Estefan, and also vice-president of the USA Geraldine Ferraro took part. Pepsi attracted into its marketing conceptions more and more celebrities. In 1988 as part of Pepsi campaign «New Generation» a new commercial with Michael Jackson was made. Admittedly, commercials with the king of pop music were called the most expected advertisement a sportsman Joe Montana and a music legend Ray Charles acted in a new campaign for Diet Pepsi. In 1991 a supermodel Cindy Crawford presented rebranded Pepsi logo. Then a commercial with an incredibly popular MC Hammer appeared. The late 20th century was the most saturated with participation of popular idols of that time. A slogan “GeneratioNext” appeared. Fabulously popular Spice Girls and Village People started to participate in Pepsi advertising. Commercials with supermodels Cindy Crawford, Tyra Banks and Bridget Hall were released. An advertising campaign “The Joy Of Pepsi” was launched.

During last few years Pepsi was paying attention to its rival again. The company renewed a commercial of 1995, where truckers scuffled with each other over a Pepsi can. An agency TBWA/Chiat/Day Los Angeles and a director Joe Pytko were working on the project. In a pre Christmas period, which was considered as time of Coca-Cola, as Santa character was associated with that drink, Pepsi released a humorous commercial with a central figure of the rival.

Pepsi-Cola asserts its drinks as an alternative to an alcohol, as a constant attribute of youth leisure, parties and so on. The company continuously organizes all sorts of contests for youth. For example, in 1997 the Pepsi-Cola Company conducted a lottery "Spice Girls - Super Show", thanks to which 20 fans of Pepsi from Russia visited the first in the history of Spice Girls and the one in 1997 live concert in Istanbul. Also thousands of lottery winners received corporate t-shirts and compact disks with an exclusive single of Spice Girls - "Step to me" [1].

Price policy is formed considering possibilities of a target segment. Generally a unit price is not high. In order to ensure place and time utility of buying, intensive selling is used, especially in places where young people work, study or rest. In such a way maximum of possible sales channels can be involved. Sales promotion plays very important role in Pepsi marketing policy. Local popular individuals are also used as communicators. So, in one of commercial films, which was broadcasted on Russian television, Pepsi message was coming from a beautiful young woman Julia Bordovskih, who was a sports commentator on NTV channel. Besides, the process of drinking was presented in the context of physical exercises, that corresponds general concept of Pepsi communications. Having a desire to built Pepsi-Cola Company and its products image as permanent companions of a healthy lifestyle for youth, the company often sponsors large-scale sporting competitions, especially those sports which are popular among young people (in 1996 7Up became a sponsor of the Football Community Cup, the Russian football championship, and in 1997 Pepsi-Cola became a title sponsor of the Russian football championship).

Pepsi takes over Russian consumers. Dezl became an image of Pepsi advertising campaign. Foot tapping rap song “Pepsi, pager, MTV” stuck to an audience's memory for a long time. This slogan sung by Dezl sounded from everywhere – from TV screens, radio, and all streets of Moscow were glued by images of Dezl with a pager and a Pepsi bottle. Julia Chicherina also took part [1].

With the participation of Britney Spears company decided to run a campaign in the Internet in production promotion, for the first time the – all possible spaces on Yahoo site were bought up for demonstration commercials with Britney and other stars [2]. During the period from 2003 to 2006 at the peak of popularity were Shakira, Beyoncé, David Beckham, Pink and other commercials with the involvement favorite singers of that time [4]. The year 2010 inspired Russian television again. BBDO Russia Group agencies worked out a New Year Pepsi advertisement with the Banderos band, a commercial “Wild football” with Andrey Arshavin. Pepsi shoot 2,5 minute commercial “Oh Africa” with the use of Akon song, which he presented on the Grammy awards ceremony on January 31, 2010. Such famous football players, as Lionel Messi, Thierry Henry, Kaka, Frank Lampard, Andrey Arshavin and Didier Drogba acted in commercials. Also these football players became an image of Pepsi advertising campaign “Refresh your world”. [5] The Pepsi-Cola Company actively participates in a social life of our country. It was the first international corporation which obtained a diploma of an official participant of preparations and celebration of the 850th Anniversary of Moscow foundation [6].

Over the whole period, from the first advertisement of the company, commercials were always shoot with the participation of the World's celebrities: youth idols, sportsmen, singers, politicians, cinema stars. At the present time the company does not change its tactics. By the means of creativity they succeed more than their main rival Coca-Cola. Pepsi production is predominantly oriented on young and active consumers, therefore musical advertising affects consumers attention so much.

Slogans of the company set records in all categories: memorability, appeal, informativity, requiredness and group identity.

References

1. <http://www.sostav.ru/columns/mmfr20/nominantCard.php?IDNominant=691>
2. <http://www.bid.ru/internal.php?id=1195>
3. <http://pisali.ru/ladmystery/21601/>
4. <http://www.beyoncelady.com/fotos-pepsi.php>
5. <http://www.zvuki.ru/R/P/5665/>
6. <http://www.adme.ru/pepsi/page1/>

DEVELOPMENT OF OUTDOOR ADVERTISING MARKET IN RUSSIAN FEDERATION IN 2012-2013

Kozmina X.G., student
National Research Tomsk Polytechnic University

Outdoor advertising is one of the oldest and most common forms of advertising. Its history dates from the time of the emergence and spread of writing.

Nowadays new materials and technologies have increased the efficiency of outdoor advertising. They helped it to compete with new communication channels – TV, Internet, etc. There are an increasing variety of outdoor advertising – creative designers and advertising is no limit. It appears in the most unexpected places and the consumer literally crushed by its flow. In this paper the definition of outdoor advertising and its classification are considered.

Outdoor advertising – media channel that communicates advertising messages to recipients with typeset posters, drawing boards or illuminated signs installed in busy traffic areas, roads and railways [1,p.122]. But, in our opinion today should be used more widely and simple definition to include all types of outdoor advertising. The most suitable definition to my mind, the following is outdoor advertising – is different media advertising, which are located outdoors and affect a wide audience [2].

Classification of outdoor advertising

This classification includes all modern types of outdoor advertising. The classification is according to the type of advertising design.

Billboards

- Billboard – shield size 3x6 m, installed along the roads and streets.
- Superboard – large-scale structure with external illumination, located on a high pedestal (12x5, 15x5 m).
- Prisma-tron – shield size 3x6 m, consisting of triangular prisms that shows three plots.
- Back-lights – shields of different sizes with internal illumination. Installed in the subway.
- Brandmower – billboard, which is located on a back wall of the building.
- Video screens – electro diode screens of different sizes.

Light boxes

- Rollers – light boxes, in which several scenes advertising pasted on the tape and move at regular intervals.
- City-light – a light box with two advertising spaces with internal illumination, 1.2x1.8 m. Placed on the walking part or bus stops.
- Trolls – light boxes, which are located on the pillars of urban lighting.
- Pylons – city lights on lampposts.

Advertising bollards

Advertising design in the form of a cylinder, cube, trihedral, pillars.

Non-standard outdoor advertising

There is advertising on Russian streets more than in the European once. But unlike the western companies, Russian companies do not often go to unusual moves in outdoor advertising. And this is a big omission, because capture the attention modern footpassengers and automobilists is very difficult. Here the examples of non-standard outdoor advertising.

- Urban pointers – they can be specified information about the advertiser (pic. 1).
- Transit advertising – advertising on public transport (pic. 2).
- Street Furniture – construction, with a variety of forms (models of goods, the town clock with advertising, logo, etc.) (pic.3:a, b, c).
- “Green” advertising – the use advertising constructions to promote environmental protection, healthy lifestyle (pic. 4: a,b) [1].



pic. 1



pic. 2



pic. 3:a



pic. 3:b



pic. 3:c



pic. 4: a



pic. 4: b

All types of outdoor advertising can be found on the Russian market, but many ideas Russian advertisers borrow from western colleagues (USA, Europe). By the number of outdoor advertising, we caught up with the West since the 2000.

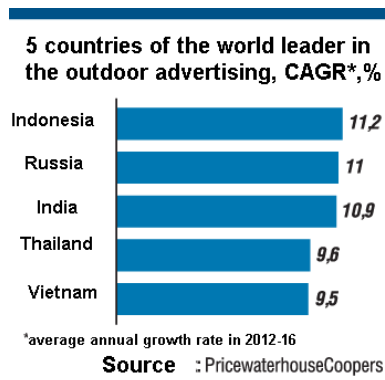
In Russian Federation outdoor advertising is regulated by the Federal Law "About Advertising", and orders of federal ministries, regional government regulations. Since 2006 was banned outdoor advertising of alcoholic beverages. And since January 1, 2007 was banned tobacco products [3]. On July 23, 2012 prohibited by law to promote beer in outdoor advertising and TV. Russian outdoor market has lost its leaders. Advertisers recognize that the economic costs of such actions could be up to 25% [4]. But in their place came the other leaders. To date, the list of the largest advertisers in Russia led by manufacturers of soft drinks (Pepsi, Coca-cola), providers of mobile telephone services (MTS, Beeline, Megafon), manufacturers of goods and services (Nestle), large automobile concerns [4].

Growth rates of Russian advertising market is slowing

According to the consensus forecast of ZenithOptimedia, ACAR and analytical center "Video International" all Russian media advertising market in 2012-2014 will grow by about 14% in the year. Slowest of all will grow outdoor advertising because of the actions of regional authorities, especially in Moscow, aimed at reducing the number of advertising structures (the ban advertising on brandmowers, permanent and temporary fences) [5].

Russia ranks second in the world terms of growth of outdoor advertising

Despite the slowdown in growth domestic advertising market because of the crisis and a tightening of placing advertising constructions, after five years Russia will be the second in the world in average annual growth rate segment of outdoor advertising. Market will grow by 11% a year, predicting the company PricewaterhouseCoopers (PwC). Indonesia would be in the first place [6].



Main findings: amount of outdoor advertising in the streets of russian cities constantly increasing, despite the prohibitions of the authorities. However, the obvious shortage of original ideas and nonstandard outdoor advertising. The EU and the USA demonstrate a lower growth rate of outdoor advertising, but a higher level of quality and creativity.

References

1. Romat E.V. Advertisement: Textbook for universities. 7 edition. – SPb.: Piter, 2008. – 512 p.
2. <http://www.promoushen.ru/reklama/vidy-naruzhnoi-reklamy>
3. <http://www.adme.ru/column/zakon-o-reklame-stimuliruet-kreativnost-12117>
4. http://www.dv-reclama.ru/russia/analytics/detail.php?ELEMENT_ID=23259
5. http://www.vedomosti.ru/companies/news/5892691/moskva_skladyvaet_schity
6. <http://v4.rbcdaily.ru/media/562949984111060>

SOCIAL MARKETING

Kurbatova T.E., student

National Research Tomsk Polytechnic University

The modern world changes its preferences and interests at a rate of knots. Today humanity needs all at once – junk foods and fast service, and tomorrow mankind will need only environmentally-friendly products. Businessmen have difficulty in satisfaction people needs. Every manager wants to ensure that his company fully meets the client's needs and is a leader of the market. Business is related to marketing innovation. Then larger the firm; then greater the changes in its activities. Businessmen came up with many improvements in order to achieve its strategic goals, and discounts and bonuses are only flowers.

Today, companies need to take care of the social aspect of their work to be seen to advantage by all target audiences: customers, partners, suppliers and employees. In such circumstances, social marketing began to enjoy great popularity.

The term "social marketing" was used in the early 70's of the XX century. Researchers have different definitions of its essence. Such theorists as F.Kotler and Dzh.Zeltman inclined to believe that social marketing – is the using of marketing principles and techniques to optimize existing social activities and their transformation into effective programs with more advanced communication component, that is, programs more responsive for the target audience needs. A marketing practitioners formulate definition is rather brief, but clear, social marketing – activities of the company that provides solution of social problems and at the same time creating new opportunities for the development of enterprises.

Do not confuse social marketing and charity. When using this type of marketing company owner is always striving to be compensated for money spent in the form of a positive image. It is also important to note that social marketing is much broader social advertising and even social communications. It uses the communication process early. Informational message starts and is discussed in relevant to this for this environment in order to enhance its memorability, penetration into the environment and have an impact. Social marketing is not governed by the bilateral relations under the provider organization – the consumer, and the tripartite, involving the organization, along with the supplier and the consumer has immediate and society. Main goal is improve the life of individuals and society as a whole.

But the scope of the social are quite varied, but most of the activities of companies focused on the following areas:

- Health;
- Protection of the environment from pollution;
- Family Planning;
- Conservation of energy and water resources;
- Prevention of social inequality [1].

It should identify the characteristic features of social marketing:

1. The focus on social issues;
2. Orientation on vulnerable populations;
3. Huge budget shares;
4. The scale of the program.

So each business is unique in its own way, the purpose of image creation also different, to choose the tool of "social marketing" to recognize its diversity and to choose the best for his company's view.

In paper, "Marketing & Charity" in the journal «BTL-magazine» Eugene Vagina identifies three types of social marketing: fundraising, organization of special events brand sponsors, sales promotion. Take a closer look:

1. Fundraising - a set of measures aimed at convincing the community, society or the grantor of the need to unite disparate resources and make them available to support the already developed a project with social and economic value and create more favorable conditions for social and economic development [2].

2. Organization of special events brand sponsors. Commercial organizations are involved in such activities in the first place because of image component. They are attracted by consumers and their attention to the target problem, which bears a social character. Direct profits from this business are not, but his noble actions, create a positive image of themselves.

3. Sales promotion. Such shares are characterized by the fact that companies deduct a portion of the revenues, income, percentage of sales to social problems [1].

The important element of social marketing is to assess the results. Social marketing programs require tracking of each item in the program in order to identify gaps and unexpected obstacles, which allow you to adjust the program en route.

Comparative evaluation of the costs and the results will help to choose a way forward in the field of social marketing and how to determine the most and least effective way to implement it.

Currently, social marketing demonstrates its ability to enhance the effectiveness of the changes in society. So it is a relatively new approach, only a few people get trained to practice social marketing. With the development of social marketing programs in this area will appear more experienced professionals.

With the emergence of new scientific discoveries social marketing can play a role in informing and encouraging people to change their behavior in a changing world.

References

1. Vagina E. Marketing&Charity // BTL-magazine. – 2007. – № 5.
2. <http://uadeti.com>
3. <http://www.marketing.spb.ru>
4. <http://www.marketch.ru>
5. <http://www.adme.ru>

RADIO ADVERTISEMENT

Lipatova A.V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

A radio advertisement is a type of commercial created for the radio broadcasting medium. Typically 30-60 seconds long, radio advertisements often rely on memorable audio cues, such as jingles or catch phrases, to grab audience attention. With a low production cost and the ability to target specific demographics through station selection, a radio advertisement can be an excellent way to get the word out about a product or company [1].

History

Radio advertising began in the 1920s, as radio broadcasting became more and more of a feature of everyday life. During this time, radio advertisements often took the form of sponsorships, where a company would pay part of the production costs for a radio program in return for regular announcements or references to their products. Announcers would often read scripted advertisements for their sponsors during breaks in the main program. In modern times, radio announcers still announce sponsorships, but the majority of radio advertising is done through produced radio spots or commercials that are inserted into the broadcast during breaks [1].

Features

A radio advertisement needs to be able to grab people's attention away from other pursuits. Since people tend to listen to the radio while they are driving, in line, or in a waiting room, radio advertisements need to be catchy enough to draw attention away from the listener's main activity. A memorable jingle, or short song, may be used in a radio advertisement for this purpose. Jingles are typically very easy to remember and contain references to the product or company involved in the advertisement [1].

One other element often used in a radio advertisement is a dialogue-heavy script. Whereas TV commercials tend to rely on visuals to catch the watcher's attention, a radio advertisement must use wit, memorable lines, or catchphrases to draw the interest of a listener. Radio scripts often take the form of conversations between two people that reference the product or company being advertised. Slogans are often worked into the dialogue, so the listener draws a subconscious connection between the slogan and the product.

One of the primary reasons to make a radio advertisement is cost-effectiveness. Production costs for a radio advertisement are often a fraction of a budget for even the smallest television advertisement, since radio ads do not need to worry about lighting, special effects, makeup, costuming, or any of the other visual elements needed for a TV ad. Additionally, since radio stations tend to have a targeted programming demographic, advertisers can pick and choose the stations likely to provide the best audience for their products.

While many people may view radio as a less popular medium than the Internet or television, the truth is that radio still manages to penetrate areas of our daily lives still off-limits to other media. Consumers can listen to radio in their vehicles, in waiting rooms, in many restaurants and a number of grocery stores. Radio advertising targets that captive audience through a series of 30 second or 60 second spots which promote products or services in a memorable way.

Radio advertising is based on the idea of creating an audio-only environment and placing the listener inside of it. A typical radio spot features a professional voice-over artist reading descriptive copy over an appropriate bed of background music. Important information may be repeated several times over the course of the spot, such as contact phone numbers, addresses, website URLs, or a geographical reference. As one spot of radio advertising ends, another spot begins and the process continues until the program resumes [2].

Some radio advertising can be very elaborate, using several different voice actors to perform a short comedic spot or customized music to punch up the most important parts of the advertising copy. Other radio advertising, especially when produced by a local radio station, is more straightforward, with a recognizable disk jockey or business owner providing the voice-over. Depending on the size of the radio station and the client's budget, on-air talent may be responsible for the production of radio advertising or it may be farmed out to a professional advertising agency to achieve the client's vision [1].

Advertisers generally pay for the number of times a particular radio spot is played, or "dropped" in radio lingo. A radio ad dropped primarily during the overnight hours may be less expensive than a similar ad dropped during the popular morning or afternoon drive times. Radio advertising, especially for a popular station with a powerful transmitter, can be a considerable expense up front, but the number of potential listeners within range of the station is often exponentially higher than subscribers to local newspapers or regular viewers of local television stations.

Efficiency

Radio advertising can be an effective, low-cost medium through which a business can reach their target consumer. Studies show that radio ads create emotional reactions in listeners. In turn, consumers perceive the ads as more relevant to them personally, which can lead to increased market awareness and sales for businesses running ad schedules. Twenty-five percent of listeners say they're more interested in a product or business when they hear about it on their preferred station.

Studies show that live reads have recall and response rates higher than the typical recorded spot. Perhaps because of the relationship listeners develop with their favorite station, twenty-six percent of listeners are more interested in a product or business when a DJ endorses it. As more advertisers turn to live endorsements, heavy demand is placed on DJs to announce them.

Commercial radio stations make most of their revenue selling "airtime" to advertisers. Of total media expenditures, radio accounts for 6.9%. So, efficiency of radio advertisement prove the time [3].

References

1. <http://www.wisageek.com/what-is-a-radio-advertisement.htm>
2. <http://www.wisageek.com/what-is-radio-advertising.htm>
3. http://en.wikipedia.org/wiki/Radio_advertisement

PRODUCT PLACEMENT AS EFFECTIVE TYPE OF MARKETING

Makarenko V.A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

We can't imagine our live without advertisement. It surrounds us 24 hours in a day on TV and on the radio and on outdoor billboards and public transportation, and the Internet. Advertising is everywhere. There is in supermarkets, night clubs and restaurants. Advertising can annoy you, want to quickly pass, but sometimes we do not notice it. However, experienced marketers believe that you product placement works better. **Product placement** (also we call embedded marketing) – is a type of advertising when a company to have of its products used as props in a film or TV shows.

Embedded marketing initially associated with the film industry, it has received widespread with the development of cinema. One of the most successful examples of product placement in the initial stage of its development is associated with the release of the series 'Popeye the sailor' in 1940. There are three main types of placements [1]:

- The first type is visual Product placement. Viewers only see a product, service or logo. For example demonstration in the frame of instant drink Swiss Miss in an action movie with Bruce Willis "Sunrise Mercury" (Mercury Rising). The film's protagonist – a boy with autism respond only to this drink.

- The second type is verbal Product placement. Mention actor or voice-over product, service or company. This type you can see in the movie "Indiana Jones and the Last Crusade" Zippo lighter is recognizable not by sight, but by the world-famous sound system that perfectly reproduces Dolby Surround.

- The third type is placement with the usage or application – actress or actor in any way interact with the product or service.

Placement, which involves the use, usually includes a visual and verbal elements. The example of this type is the advertising of phone company Nokia in "The Matrix". Product placement has a number of distinctive qualities and advantages over traditional advertising:

1. Efficiency – the target audience perceives the message as valid, not commercial.
2. Acupressure – experts latent marketing directly interact with the target audience.
3. Efficiency – for a few hours, you can organize a campaign to promote, which engulf the entire Internet. (Don't forget about such methods as flash mob).
4. The estimated results – results of campaigns' hidden marketing to quantify and quality count.
5. Real prices – the resources involved in covert marketing, argue that prices for their services is lower than the cost of direct and contextual advertising.

Product promotion strategy is constructed in such a way that the potential customer has no idea what's under the influence of targeted information products. Popularization of goods is based on the non-advertising methods. The purpose of this set of measures is the creation of a positive image of the goods or services, the usage of non-traditional motivations for their purchases. To hidden marketing appeal if necessary to use new methods of promotion or on a limited budget. For example we consider some of the most interesting instance of product placement of mobile phones in modern cinema. Sony Ericsson has long demonstrated their products in the most expensive Hollywood projects. You can see their product in such films as "Silent Hill", "Lara Croft: Tomb Raider," "Vanilla Sky," etc. The company recently held a very successful campaign product placement in the sensational film "The Da Vinci Code". But the most powerful effect caused advertising phone Sony Ericsson Z530i. The phone in the movie is not shown, it advertised along with the picture. Phone repeats the image of the novel and the film. Portrait of the Mona Lisa, the letters DC on the case. It has attracted fans of the movie. Therefore, Sony Ericsson Z530i instantly became a hit all over the world.

Pic.1. Sony Ericsson Z530i



Pic.2. Sony Ericsson K800i



Another large action of product placement is famous series about James Bond. For the film "Casino Royale" was released new phone Sony Ericsson K800i James Bond Silver Special. There are wallpaper with the character and the film soundtrack in the phone [2].

The first Russian film with product placement was published in 1993. It was a film by Eldar Ryazanov. Some time ago product placement has become popular in our country. It can be seen in such films as "Peculiarities of the National Hunt" or "Love in Russian". "Nowadays the highest number of product placement you can see in the blockbuster "Night Watch" [3]. So product placement in world cinema is becoming more and more prevalent. Embedded marketing is effective and many companies are willing to pay millions dollars for the placement of their products in the big-budget films.

References

1. http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/abc_product-placement/
2. <http://www.stroganovka.ru/branding/product-placement-l-r-sonyericsson.html>
3. <http://www.ferra.ru/ru/mobile/s26711/print/>

THE EFFECTIVENESS OF INTERNET ADVERTISING

Nazarenko E.A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

The present paper is devoted to the Internet advertising as an important part in the realization of a product. Internet advertising is a form of communication for marketing and used to encourage or persuade an audience (viewers, readers or listeners) to buy one or another product.

The purpose of this paper is to tell how the internet advertising have an influence for people and what kinds of Internet advertising exist.

Online advertising is a form of promotion that uses the Internet and World Wide Web to deliver marketing messages to larger audience.

Examples of online advertising include contextual ads on search engine results pages, banner ads, blogs, rich media ads, social network advertising, interstitial ads, online classified advertising, advertising networks, dynamic banner ads, cross-platform ads and e-mail marketing, including e-mail spam. Many of these types of ads are delivered by an ad server.

Internet advertising can prove to be one of the most effective advertising methods because of its ability to reach anyone surfing the Internet at any given time. Today the internet is at the core of communication and consumption behavior. For example, internet users in the U.S. spend 58 minutes watching video or surfing the web. 78% of internet users state that they consult a website before buying a product. As social networks develop,

the Web has also become a place where a brand's reputation and image is shaped. Advertising formats are more developed, videos are more sophisticated and targeting tools are more focused. Now that advertisers are better equipped for communicating on the Web, they are gradually directing their budgets towards online advertising. Measuring online advertising performance is therefore becoming critical for them. For display advertising campaigns, the click through rate remains the most widely used indicator, but is not without its limitations. In 2009, only 16% of internet users clicked on advertisements. In addition, this rate gives no indication of the impact of a campaign on a brand's image or on the consumer's subsequent browsing or purchasing behavior. So, there is now a real need to find other solutions. Effective internet advertising campaigns can often be achieved through no cost and low cost methods. Effective Internet advertising campaigns can also be conducted solely through outside affiliates that earn portions of the profits they sell. The effectiveness of online advertising is in some way represented by the effectiveness of the internet as a search tool. The nature of the modern life dictates that when we shop, when we search for information we go online – if we want something or want to know something we “Google” it [1].

The sustained effectiveness of online advertising depends on a strategic approach encompassing Google optimization or SEO, pay-per-click advertising such as Google AdWords and an eye-catching website that is easy-to-use. There is no need for a multi-million dollar marketing budget – the internet can be and is mastered by the smallest businesses.

Internet advertising includes affiliate marketing, web banner, social media marketing and email marketing.

Affiliate marketing is a type of performance-based marketing in which a business rewards one or more affiliates for each visitor or customer brought about by the affiliate's own marketing efforts. The industry has four core players: the merchant (also known as “retailer” or “brand”), the network (that contains offers for the affiliate to choose from and also takes care of the payments), the publisher (also known as “the affiliate”), and the customer. The market has grown in complexity to warrant a secondary tier of players, including affiliate management agencies, super-affiliates and specialized third party vendors.

Affiliate marketing overlaps with other Internet marketing methods to some degree, because affiliates often use regular advertising methods. Those methods include organic search engine optimization (SEO), paid search engine marketing (PPC – Pay Per Click), e-mail marketing, marketing and in some sense display advertising. On the other hand, affiliates sometimes use less orthodox techniques, such as publishing reviews of products or services offered by a partner.

Affiliate marketing is commonly confused with referral marketing, as both forms of marketing use third parties to drive sales to the retailer. However, both are distinct forms of marketing and the main difference between them is that affiliate marketing relies purely on financial motivations to drive sales while referral marketing relies on trust and personal relationships to drive sales [2].

Affiliate marketing is frequently overlooked by advertisers. While search engines, e-mail, and website syndication capture much of the attention of online retailers, affiliate marketing carries a much lower profile. Still, affiliates continue to play a significant role in e-retailers' marketing strategies.

A web banner or banner ad is a form of advertising on the World Wide Web delivered by an ad server. This form of online advertising entails embedding an advertisement into a web page. It is intended to attract traffic to a website by linking to the website of the advertiser. The advertisement known as a “click through”. In many cases, banners are delivered by a central ad server.

When the advertiser scans their log files and detects that a web user has visited the advertiser's site from the content site by clicking on the banner ad, the advertiser sends the content provider some small amount of money (usually around five to ten US cents). This payback system is often how the content provider is able to pay for the Internet access to supply the content in the first place.

Social media marketing programs usually center on efforts to create content that attracts attention and encourages readers to share it with their social networks. A corporate message spreads from user to user and presumably resonates because it appears to come from a trusted, third-party source, as opposed to the brand or company itself. Hence, this form of marketing is driven by word-of-mouth, meaning it results in earned media rather than paid media.

Social media has become a platform that is easily accessible to anyone with internet access. Increased communication for organizations fosters brand awareness and often, improved customer service. Additionally, social media serves as a relatively inexpensive platform for organizations to implement marketing campaigns.

Email marketing is directly marketing a commercial message to a group of people using email. In its broadest sense, every email sent to a potential or current customer could be considered email marketing. It usually involves using email to send ads, request business, or solicit sales or donations, and is meant to build loyalty, trust, or brand awareness. Email marketing can be done to either cold lists or current customer database. Broadly, the term is usually used to refer to:

- sending email messages with the purpose of enhancing the relationship of a merchant with its current or previous customers, to encourage customer loyalty and repeat business,
- sending email messages with the purpose of acquiring new customers or convincing current customers to purchase something immediately,
- adding advertisements to email messages sent by other companies to their customers.

Researchers estimate that United States firms alone spent US \$1.51 billion on email marketing in 2011 and will grow to \$2.468 billion by 2016 [3].

The effectiveness of Internet advertising depends on attractive design elements and engaging content that reels in members of an already established or highly potential market.

The US\$11.2 billion online advertising market has become much more sophisticated since the primitive days of simple banner ads. Today advertisers can snare viewers with snazzy graphics, Flash animation, and video ads that are virtually impossible to ignore. Others take a more muted, yet targeted approach using contextually relevant ads, such as placing text ads for computers on a technology site. Google's AdSense division brings in about \$6 billion in annual revenues through its targeted text ads, which Google claims have been seen by an estimated 76 percent of Internet users in the United States. But what are the most effective ways to advertise online? The authors found that two strategies – flashy, even obtrusive Internet interruptions and more staid but targeted text ads – are effective on their own, but, surprisingly, that combining these two approaches was a bad idea. This dual-barreled technique turned Web surfers off, led to negative product associations, and decreased consumers' intention to buy the product.

The researchers looked at almost 3,000 Web advertising campaigns across a wide range of products – from apparel to entertainment to home improvement. They used data from a large collection of Internet surveys (an average of 852 survey respondents per campaign) that examined the effectiveness of different marketing tactics. This allowed the authors to compare targeted ads that matched products to website content with so-called obtrusive ones that featured video, pop-ups, or ads taking over the whole page. The study found that high-visibility ads – videos, pop-ups, and the like – were more memorable to consumers but content-linked targeted marketing lured higher numbers of consumers into saying they would actually buy the product or service. By blending the two strategies, advertisers achieved high visibility and consumer recall, but individuals complained in the surveys that they felt the companies were being too aggressive and felt as if their privacy had been invaded. This sentiment was especially pronounced in responses to ads from firms in the financial sector, where confidentiality concerns are paramount.

Given that an estimated \$664 million is currently spent on ads that are both targeted and obtrusive, the authors warn that advertisers would do well to abandon this strategy for a simpler approach. The researchers calculate that by doing this, marketers could cut ad spending by more than 5 percent without affecting sales. One of the reasons for Google AdSense's continued success, the study argues, is that its unobtrusive text-based ads are integrated seamlessly with Web content. In other words, a subtle approach might be the best way for companies to show customers that their privacy matters [4].

Online ads should either be integrated with website content or consist of attention-grabbing technology. Combining the two approaches can turn consumers off the product altogether.

Internet advertising certainly has its place in our world. Internet advertisement is important part for spreading information. Internet advertising includes affiliate marketing, web banner, social media marketing and email marketing. Also commercials promote competitiveness in industry; give details regarding the availability of product, quality of the product; about how the product works; and what people think about it. Consequently, ads provide valuable information to make a decision.

References

1. Effectiveness of Internet Advertising – URL: http://www.ehow.com/facts_5036191_effectiveness-internet-advertising.html
2. Measuring the Effectiveness of Online Advertising Strategies – URL: <http://www.strategy-business.com/article/re00114?gko=aa6dc>
3. Effectiveness of Internet Advertising – URL: http://www.ehow.com/facts_5036191_effectiveness-internet-advertising.html
4. Measuring the effectiveness of online advertising – URL: http://www.pwc.se/en_GX/gx/entertainment-media/pdf/IAB_SRI_Online_Advertising_Effectiveness_v3.pdf

THE ROLE OF ADVERTISING IN SOCIAL ISSUES

Starodubova E.V., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Demographic development of Russia in the 21st century is one of the most important factors that affects the future of Russia. Since the early 90's of the XX century has been a qualitative leap in the growth of morbidity and mortality, falling birth rates and lower life expectancy. Attention is drawn to significant social component of mortality in Russia: a high percentage of deaths from external causes (accidents, fires, murders, suicides, alcoholism, drugs, etc.) from diseases caused by smoking is, in Russia in 2011, died over half a million people. For comparison, from infectious diseases in the same year died 39,030, including 32,840 from tuberculosis, AIDS, and – 1269 people.

Table 1. Population

Year	The whole population, million	Including		In the total population, percent	
		Urban	Rural	Urban	Rural
2010	142,0	103,8	38,2	73	27
2011	141,9	103,7	38,2	73	27

Table 2. Births, deaths and natural increase

Year	In total, man			Per 1000 population		
	Born	Dead	Natural increase	Born	Dead	Natural increase
	Population					
2010	1761687	2010543	-248856	12,4	14,2	-1,8
2011	1788948	2028516	-239568	12,5	14,2	-1,7

Today the situation has deteriorated, taking with them tens of thousands of more lives. According to all forecasts, Russia's population decline will continue in the foreseeable future. In particular, the medium variant UN forecast by 2050 Russia's population will shrink by 30% to reach 101.5 million.

To solve this problem, the involvement of public advertising, because that's what it is in changing the mood of people to draw attention to the daily, it would seem, which came in the habit of problems. Public advertising leads people to thinking about their harmful actions, which lead to physical and moral decay of the main human nature.

Public Advertising is a form of non-commercial advertising directed at changing patterns of social behavior to draw attention to the problems of society. They encourage people to reflect on their bad habits, to draw attention to pressing social problems.

Objective of public advertising:

- 1) The formation of public opinion, to draw attention to the pressing problems of public life and action to address them
- 2) Strengthening the social importance of civil society
- 3) The formation of new types of social relations
- 4) Behavioral change society

The specific development and characteristics of public service in Russia:

1. Absence of the state concept of social advertising, the available scientific justification;
2. The lack of a single authority to coordinate and organize the activities of public service in the field;
3. A low level of activity of subjects of public service;
4. Low level of public trust in advertising in general.
5. Poor quality of technical and creative execution
6. The problem of achieving social advertising to a targeted audience.

Of course, public service is not yet accustomed to the modern Russian society. It is still in its infancy, and takes about 1% of the Russian advertising market, while in the West, social advertising has long been the tool which really helps to solve complex social problems. Due to the lack of development of public advertising in Russia are the following problems:

- 1) No appropriate understanding not only at the level of potential customers and producers of public advertising, but also at the level of its direct customers;
- 2) There is no real customer. In the U.S., the main customer is the state of public advertising. In the case of Russia, it is no secret that the government is in no hurry to allocate funds to any social projects. The West has long recognized the principle that if there is a serious social problem, to solve it, among other things, the need to solid and expensive advertising campaign
- 3) Difficulties with its placement in the Russian media. It is very difficult to put public advertising in prime time.
- 4) In Russia, very little attention is paid to the question of the location of public advertising. For different types of target audience PSAs require different information media: Internet, the press, television, radio, outdoor advertising, etc.
- 5) Low quality technical and creative execution. Lack of creativity. Americans tend to ensure that the use of public advertising as a primary communication tool. This becomes evident when the U.S. reacted to the events – September 11, and the loss of space shuttle "Columbia". After September 11, America launched an anti-drug campaign, where commercials informed the audience: "Buying drugs, you are helping the terrorists."

6) Lack of incentive to produce shocking advertising. In a situation in which people have long been accustomed to public service has no other option but to use the so-called "shock therapy." But Russia's social advertising takes more humane shape, which, as we see, does not help in achieving advertising objectives.

For a better understanding of the comparative analysis of Russian and foreign experience of social advertising.

Table 3. Comparative analysis of the Russian and foreign experience of public advertising

Russian experience	Foreign experience
The Similarities:	
1. Market participants public advertising 2. The objectives of public advertising 3. Topics 4. Media	
The differences:	
1. Market regulation	
In Russian practice, this kind of advertising is not regulated by almost any. The current law "On Advertising" contains many gaps and poorly reflects the market needs to be regulated.	Social advertising market abroad mainly exists through self-regulation.
2. Coordination public advertising	
In Russia, there is no single body that deals with the state and public service announcements.	Abroad, there is a division in the government, which is concerned with the state and public service announcements.
3. Efficiency	
Low efficiency of public service advertising.	The high efficiency of social advertising
4. Production	
Public advertising – as a sphere of self-creatives	Public advertising – the main communication tool, in order to care for society as a whole.
5. The level and form of legislative regulation of public service	
RF Law "On Advertising": Art. 2 – definition of advertising, Article 18 – "Social advertising is public and state interests in support of the charity", the stacking order of social media advertising. Federal law on advertising from 13.03.2006 N 38 - FL. Federal Law "On mass media" from 27.12.1991 N 21241-1.	Abroad – issues of social advertising is not regulated by legislation. Advertising itself ordered the government and financed from its budget, and the rest is solved self-regulation of advertising industry. The authorities did not try to force the media to stir social advertising free. Corporation "BBC" has specifically stated the item in its charter to place PSAs.
6. Funding	
The lack of public funding of public advertising.	Allocation of funds for a solid, expensive advertising campaigns from the state budget.

In our time, no one will argue that social advertising is an inherent part of our society, even while occupying only 1% of the total advertising market in the country. The need to develop social advertising in Russia is very high, because of its development depends to a large extent the consciousness of society, his views on this or that institution, the opinion about ongoing processes in different areas of our life. After analyzing the problems of Russia's social advertising, it can be concluded that the current public service lacks the "shock therapy", state funding, creative in its creation and execution. The same difficulties arise with the placement of advertising in the media and the lack of real customer inhibits the development of social advertising in Russia today.

References

1. Golub, Olga. Social advertising: a manual / O. Golub. – Moscow: Dashkov and K 2011. – 180 p. – Ref.: P. 176-177.
2. Seliverstov SE Social Advertising: The Art of the impact of the word. – M. Bachrach, 2006
3. <http://gks.ru.org>

PUBLIC RELATION IMPACT ON THE EMOTIONAL LEVEL

Sychevskaya A.O., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Today PR places the important role in the world. And it appeared earlier than in the 21th century. In the Middle Ages street vendors attracted the attention of passersby to their product or service, not just listing them, they wanted to talk about beneficial qualities of its benefits to the consumer.

Now PR and advertising doesn't depart from the old principles. Each modern advertising slogan contains less name and type of product or service, as its aesthetic qualities: travel agents involved in the sale of adventures, new discoveries, new emotions and relaxation, cinemas sell romance, excitement and distraction from reality, jewelers – chic and sophistication, manufacturers of expensive cars – power and status. Fashion designers don't sell clothes, they sell style, status, beauty and sexuality. Food advertising provides an opportunity not only to meet the customer's need for food, clothing and cleaning facilities, the need to care for the body and the body as a whole ... it gives us health care, while not neglecting the taste, perfectly fresh and clean clothing and flat, soft and effective medicines, etc. Advertising sells us the vital values.

This approach is more powerful than a simple description. This approach appeals to the emotions of the consumer, which are influenced by the desire to make their lives more comfortable and spotless.

Surprising and brands influence on consumer choice of goods. Increasingly consumer preference already trusted brand, knowing about its quality. But every day in the world there are more companies that want to break into the market. And the best way – have the right effect on the emotions of consumers to be seen.

Advice agency [1] Branding Creston Unlimited in partnership with research company ICM review the way in consumer decisions and found that the purchase of a branded product, tend to affect 8 basic feelings (emotions).

- 23% treat;
- 17% self-confidence;
- 14% status;
- 14% responsibility;
- 11% efficiency;
- 9% individuality;
- 7% save;
- 5% belonging to a group.

3,500 British adults polled at the survey and as it turned out, the distribution of these emotions in the "male" and "female" lists differ.

The study notes that, if we compare the ratio of men and women to purchase branded products, such purchases are more important for women than for men. This means that the brand, which is targeted at men, you should try to provide targeted buyers moral satisfaction [1].

	Pleasure	Confidence	Status	Responsibility	Efficiency	Individuality	Thrift	Belonging to a group
Men	26%	11%	16%	15%	10%	9%	6%	6%
Women	19%	22%	13%	13%	12%	9%	8%	4%

For boys aged 18 to 24 years, the status is more important than for mature men. For young buyers, it influences the decision to buy in 34% of cases. Status is closely related to other emotions that list. So before you start a new brand, you need to determine exactly what it is targeted consumer group. Status as a consumer may be rooted in an effort to belong to a group, and the status of the other – in the pursuit of individuality.

As for women, the study shows that security is important to them, that is, self-confidence and of goods purchased. For example, Volvo and Domestos ensure the physical safety and cosmetic companies allow a woman to feel comfortable in the community. It is also important to note that the age, sex and marital status have a major impact on the choice of the brand. Such as single women with children are choosing a brand to meet the needs of the pleasure, to improve their status in society.

Also important company's response to emerging issues in the implementation of the product. If an unwanted incident of substandard products and the result will be a personal injury client or the destruction of any other values, it is important to show that the company is committed and take necessary measures. So the company can show their care and attention to the values of the consumer.

As for fashion, PR is one of the main components of a successful fashion house or brand. No one is going to buy an exclusive Harley Davidson motorcycle only as a means of transport, or Rolex watches just to keep track of time. People believe in brands, in their ability to raise the status of the consumer society. Good brand gives buyers the advantage of predictable quality and appeals to their emotions. The brand always wins in the battle for consumers' attention. First brand can be, even if it is limited to the primacy of your industry and target audience.

Brands of fashion, cars, jewelry and other things form their market than traditional marketing, which simply is not enough to create their product. Fashion connoisseur and theorist Bruno Remora notes that "... the

fashion business ... is creating the need for a vacuum. Fashion – a factory of desires" [2,p.20]. And it is very important to work on the consumer through the emotions, make it clear to him that their product is a way to distinguish yourself from the crowd and to raise their status.

Companies need to help people understand, in a rational and emotional level, the advantages and benefits that it can offer them. Increasingly, people respond to the call, if it affects one or more of the following requirements [3]:

- The purpose and mission is to enable the company to help the customer achieve its objectives: to help make more money or save the contrary, to achieve promotion or overcome competitors;
- Social life / lifestyle: improve health, provide more free time, make them more attractive, to make the society to envy;
- Beliefs: Can the company provide a place or space where the user can freely express their emotions, political or religious views and beliefs and feelings of others;
- Reputation: can the company to strengthen or protect the professional or personal reputation of the client;
- Ethnic / religious / national characteristics: can the company help build client relationships with other people who are similar to them ethnic, racial, geographic, or other features? Can the customer to find a place where he can meet and talk with people who are not like them.
- Charity: can the company help customers to help others and be proud of yourself;
- Fantasy / escape from reality: Can a company, at least temporarily distract the client and distract myself from the daily routine

If the company is able to satisfy at least one of these needs on an emotional level, it has a good chance to achieve understanding customers what they offer and be able to cause a favorable response to the product or service, and the company itself. Then the client is ready to take the actions that the company is seeking.

References

1. <http://www.didkovsky.tv/2012/03/05/emotions/>
2. Brand-building in the field of fashion: from Armani to Zara/Mark Tungate; 2nd edition – M.: Alpina Business Books, 2007. – 292 p.
3. <http://business.damotvet.ru/pr/1093727.htm>

СЕКЦИЯ 2

«СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И ТУРИЗМ»

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ТРЕНД В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Гутова Т.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский Политехнический университет

Туристическая отрасль за последнее время начала искать новые виды туристических услуг. Одним из таких нововведений стало организация туристических экскурсий на передовые действующие производства. В научной литературе не существует четкого определения термина «промышленный туризм». Считается, что промышленный туризм включает посещение широкого спектра туристических объектов, в том числе: корпоративных архивов и музеев, заводов, шахт, банков, страховых компаний, торговых палат и других центров экономической деятельности, транспортной инфраструктуры, общественных зданий и агропромышленных комплексов [1].

Рост популярности промышленного туризма связан с тем, что сегодняшний прогрессивный турист старается получить как можно больше впечатлений от тура, совместив традиционный осмотр памятников архитектуры и искусства с познавательным посещением мест, не столь массово навещаемых другими туристами. Таким образом, человек проводит необычный досуг, про который может с гордостью рассказать друзьям и знакомым. К тому же есть категория людей, которые с гораздо большим удовольствием посмотрят на процесс производства телевизоров, чем на коллекцию художественного музея [2]. Кроме того, новый тип туризма отвечает культурным запросам: посещение предприятия позволяет получить новые знания. Принимая посетителей, компания рассказывает им о своих технологиях, методах работы и внутренней жизни, знакомит с экономическим и промышленным наследием региона. Во многих отраслях это становится одним из способов общения с потенциальными клиентами. «Некоторые предприятия, такие как EDF (Электричество Франции), превратили общение с широкой публикой в часть политики – и успех не заставил себя ждать. Другие компании, производящие продовольствие, автомобили и электробытовую технику, используют экскурсии на производство для улучшения имиджа, привлечения клиентуры и укрепления социальных связей. Это хороший способ заставить узнать о себе», отмечает Бертран Лаб (Bertrand Labe), автор Путеводителя по промышленным и техническим объектам [3].

Если быть точным, то история промышленного туризма уходит своими корнями в 19 век (США), однако, но тогда это не было поставлено на поток, и называлось просто экскурсиями на промышленные предприятия. Так завод Jack Daniel's открыл двери своего предприятия для посетителей в 1866 году, в день открытия самого предприятия. В настоящее время в Соединенных Штатах почти не осталось предприятий, которые не принимали бы туристов и посетителей [4]. Первопроходцами в Европе стали автостроительные и пивоваренные компании. В последнее десятилетие, в связи с резким ростом спроса на промышленный туризм в Европе, большинство фирм приглашают к себе туристов, исключение составляет лишь военное производство. Только во Франции насчитывается более 1,7 тыс. компаний, которые предлагают экскурсии по своим территориям, цехам и производственным объектам. Одна приливная электростанция в Рансе ежегодно принимает 300 000 посетителей.

Торгово-промышленные палаты и туристические офисы предлагают разнообразные программы. Во многих департаментах проводятся недели открытых дверей, а предприятиям, решившим «открыться» для публики, оказывается поддержка. Так, в 2001 году Департаментский комитет по туризму (CDT) Сены-Сен-Дени создал на парижской окраине целую программу посещения промышленных центров, предприятий, творческих мастерских и лабораторий, расположенных на территории департамента. В общей сложности, для посещения открыто более 100 объектов [5].

Первенство по промышленному туризму уверенно держат уже много лет такие страны, как США, Германия, Франция, Голландия и Англия. Первопроходцами в Европе стали автостроительные и пивоваренные компании. В последнее десятилетие, в связи с резким ростом спроса на промышленный туризм в Европе, большинство фирм приглашают к себе туристов, исключение составляет лишь военное производство [6].

Сегодня промышленный туризм начинает также активно развиваться в России, и, судя по тому интересу, который проявляют иностранные и отечественные туристы к посещениям российских промышленных предприятий, предполагается, что он может занять существенную нишу в туристическом бизнесе. Также, исходя из требующихся для его развития объектов и средств, имеет все шансы получить

перспективное развитие. Несмотря на то, что российские предприниматели ещё только начинают понимать все достоинства промышленного туризма, и преимущества для своих компаний от экскурсий, некоторые крупные туристические компании уже включают такие туры в свои программы [7]. Промышленные экскурсии – хороший познавательный момент, особенно для детей. Для самих предприятий проведение экскурсий по производству – яркий рекламный шаг и возможный источник дополнительного дохода.

Что же все-таки надо, чтобы организовать промышленный туризм? Если обратиться к опыту других стран, то можно увидеть, что финансовые затраты сравнительно невелики, чтобы организовать туристические маршруты по действующим предприятиям. Первым же шагом в организации производственного туризма может быть кооперация региональных и местных властей, с местными знатоками-краеведами, местной бизнес-элитой и естественно, туристическими компаниями [8].

Производственный туризм может служить инструментом для маркетинга территории, системного сотрудничества местных сообществ по продвижению их интересов, с целью привлечения инвесторов. Ведь в конечном итоге маркетинг – это философия местного развития, которая оказывает необходимую помощь там, где преобладает экономическая депрессия, а выходов из стандартных ситуаций не видно и вовсе [9]. Промышленный туризм приобрел популярность у производителей, поскольку согласно мнению экономистов Джозефа Пейна и Джеймса Гилмора данный вид туризма является превосходным способом использования производственного объекта в качестве рекламы бренда и продвижения продукции предприятия. Ничто не может произвести на потребителя более сильного впечатления, как вид высокотехнологичного производства [10].

Промышленные предприятия могут посещать не только интересующиеся производством и историей региона туристы, но и делегации по обмену опытом, журналисты, студенты профильных ВУЗов, потенциальные и действующие инвесторы и др.

Для стимулирования продаж выпускаемой продукции перед маркетологами стоит непростая задача объяснить покупателю, почему он должен купить именно их товар среди множества других по предлагаемой цене. Наиболее подходящий выход из данной ситуации – пригласить потребителя на собственное предприятие. Ознакомившись с технологическим процессом, оставившим яркое впечатление, посетитель может проявить лояльность к данному предприятию и его продукции.

Для крупных и средних производителей промышленный туризм служит маркетингово-рекламным инструментом. Для мелких предприятий данный вид туризма превращается в способ выживания. Например, на Мальте (и во многих других традиционных туристических местах) в «деревне мастеров» турист может зайти в любую мелкую мастерскую, где он увидит, как работает стеклодув, как гончар лепит горшок, а сапожник изготавливает обувь. После всего увиденного турист обязательно что-то покупает у таких ремесленников, хотя в магазине тот же турист не обратил бы на эти товары никакого внимания [11].

Не лишним будет сказать о том, что городской бюджет значительно выигрывает от стимулирования продаж различных городских услуг и товаров. Кроме того, экскурсии на действующие предприятия служат такой себе дополнительной нагрузкой к другим туристическим объектам, которые расположены в этих городах [12]. Ярким примером может служить завод «Ролекс» в Цюрихе и портный комплекс в Роттердаме. Города фактически обеспечивают популярность различных брендов.

В период современной сложной экономической ситуации в стране, промышленный туризм, как межотраслевое направление может стать неплохим дополнительным источником дохода государства. Несомненно, умелая активизация этого направления туризма потянет за собой развитие разных направлений производственной сферы и сферы услуг, что не может не быть выгодным как с экономической стороны роста благоустройства и престижа регионов [13].

Список использованных источников и литературы

1. Данильчук В.Ф. Социально-экономические аспекты управления промышленным туризмом в Донецкой области // Вісник ДІТБ. – 2010. – №14. – С. 52-63
2. Визгалов Д. Совместить несовместимое // Независимая газета. – 2009 – URL: http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html (20.03.2013)
3. Анник Бьянкини. Промышленный туризм вошел в моду // Франция в России – URL: http://www.ambafrance-ru.org/spip.php?page=mobile_art&art=6713 (23.03.2013)
4. Промышленный туризм // Все о туризме. Туристическая библиотека – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm (26.03.2013)
5. Анник Бьянкини. Промышленный туризм вошел в моду // Франция в России – URL: http://www.ambafrance-ru.org/spip.php?page=mobile_art&art=6713 (23.03.2013)
6. Промышленный туризм // Все о туризме. Туристическая библиотека – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm (26.03.2013)
7. Визгалов Д. Совместить несовместимое // Независимая газета. – 2009 – URL: http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html (26.03.2013)
8. Промышленный туризм // Все о туризме. Туристическая библиотека – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm (26.03.2013)

9. Визгалов Д. Совместить несовместимое // Независимая газета. – 2009 – URL: http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html (20.03.2013)
10. Шаинян К. Туризм на конвейере // Деньги. – 2006. – 48(604) – URL: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID-727011> (26.03.2013)
11. Чумаков В. Сборочный цех впечатлений // Вокруг света. – 2007. – № 11. – С. 138-148.
12. Промышленный туризм // Все о туризме. Туристическая библиотека – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm (26.03.2013)
13. Данильчук В.Ф. Социально-экономические аспекты управления промышленным туризмом в Донецкой области // Вісник ДІТБ. – 2010. – №14. – С. 52-63

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТУРФИРМЕ

До Тхй Хань, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Мотивация сотрудников является одним из самых главных вопросов руководителей и менеджеров по персоналу уважающих себя компаний. Что движет людьми, пришедшими в компанию? Какие цели – личные и профессиональные – они преследуют? Чем можно их заинтересовать? Считается, что в основе поведения всегда лежит мотивация, за исключением деятельности, основанной на безусловных рефлексах. Очевидно, что цели организации существенно отличаются от целей ее работников. Соответственно возникает проблема, каким образом «заставить» работников эффективно трудиться в этой организации?

Основной целью данной статьи является определение понятий мотивации и стимулирования труда, место мотивации в управлении персоналом и способы мотивации персонала в турфирме.

1. Основные понятия

Мотивация – совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают её границы и формы и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей. Мотивация – процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации.

Стимулирование – побуждение работников к активной деятельности с помощью внешних факторов (материальное и моральное).

Мотивирование – создание у работников внутреннего побуждения к труду (заинтересованность в труде, потребность в трудовой активности и удовлетворенность от нее).

2. Мотивация как функция управления

Мотивы являются основным внутренним фактором, определяющим источники и направленность деятельности работника по повышению (или понижению) эффективности и результатов труда. Поэтому процесс формирования мотиваций работников является важнейшей функцией управления.

Мотивация как функция управления – это процесс, с помощью которого руководство организации побуждает работников действовать так, как было ранее запланировано и организовано, поскольку успех организации в определенной мере зависит от того, насколько эффективно действуют участники производственного процесса. Таким образом, мотивацию в организации можно трактовать как побуждение членов организации к действию. При этом мотивация представляет собой, с одной стороны, побуждение, навязанное индивидам извне, а с другой – это самопобуждение.

3. Виды мотивации

С точки зрения определения практических инструментов мотивации важной является подразделение мотивации на текущую, стабилизирующую и долгосрочную. Наиболее перспективным и эффективным с позиции современной теории и практики является действие долговременных факторов мотивации, для достижения которых требуется длительный период времени, например, возможность продвижения по службе. В этом случае персонал работает в режиме самооценки и самоконтроля, что более эффективно, чем прямые методы административного надзора и оплаты труда.

Стабилизирующие виды мотивации прямо не влияют на качество и результат труда. Они, прежде всего, помогают удержать квалифицированный персонал, снизить текучесть кадров.

Для эффективного управления в организации недостаточно только мотивации, основанной на интересах человека как индивида. Большое значение имеют поведенческие аспекты мотивации, зависящие от принятых на фирме групповых норм и правил поведения, образующих культуру организации. К поведенческим аспектам мотивации можно отнести: завоевание и сохранение собственного имиджа, признание заслуг, лидерство, атмосферу в коллективе. Данные факторы по своему характеру воздействия относятся к долгосрочным.

4. Виды стимулирования труда

Стимул – это внешнее побуждение к действию, причиной которого является интерес (материальный, моральный, личный или групповой). Процесс использования различных стимулов для мотивирования людей называется стимулированием.

Стимулирование выполняет на предприятии важную роль действенных мотиваторов или основных носителей интересов работников.

Существует 2 вида стимулирования труда:

• **Материальные стимулы труда**

Материальное стимулирование труда – совокупность форм и методов обеспечения и повышения материальной заинтересованности работников в достижении определенных индивидуальных и коллективных результатов. Различают денежное и не денежное материальное стимулирование.

Материальное денежное стимулирование – материальное стимулирование, регулирующее поведение людей на основе использования различных видов денежных поощрений и санкций.

Материальное денежное стимулирование проявляется в следующих формах: заработная плата, бонусы, участие в акционерном капитале, участие в прибыли, дополнительные выплаты.

В системе стимулирования труда заработная плата занимает ведущее место. Она является главным источником повышения благосостояния трудящихся, поскольку составляет три четверти их доходов.

Дополнительные выплаты включают в себе субсидирование деловых расходов, покрытие личных расходов, косвенно связанных с работой (затрат на мобильную связь, транспортных расходов, расходов на питание).

Материальное не денежное стимулирование – это материальное стимулирование работников, основанное на использовании тех благ, которые являются дефицитными или не могут приобретаться за деньги.

• **Нематериальные стимулы труда**

Нематериальные стимулы очень многообразны и делятся на три группы: социальные, моральные, социально-психологические. Используя их в комплексе, можно добиться высокой эффективности.

Социальные стимулы связаны с потребностью работников в самоутверждении, с их стремлением занимать определенное общественное положение, с потребностями в определенном объеме власти. Эти стимулы характеризуются возможностью участвовать в управлении производством, трудом и коллективом, принимать решения; перспективами продвижения по служебной лестнице, возможностью заниматься престижными видами труда.

Моральные стимулы к труду связаны с потребностями человека в уважении со стороны коллектива, в признании его как работника, как нравственно одобряемой личности. Признание может быть личным или публичным.

Творческие – возможность самосовершенствования, самореализации

5. *Принципы мотивации работников*

а. доступность (демократичность и понятность условий стимулирования);
б. осязаемость (учёт порога действенности стимула);
в. постепенность (постоянная коррекция в сторону повышения материального стимулирования);
г. минимизация разрыва между результатом труда и его оплатой (учет одномоментности действия стимула);

д. сочетание материальных и моральных стимулов (учет целенаправленного воздействия на работника).

6. *Мотивация персонала в турфирмах*

Туристская деятельность – это непрерывная работа с людьми. С одной стороны, это общение с клиентами – потребителями туристских услуг, а с другой – это управление человеческим ресурсом турфирмы. Эти аспекты взаимосвязаны, так как качество работы менеджеров и персонала турфирмы непосредственно отражается на удовлетворенности туриста, приобретающего турпакет. Поэтому вопросам управления персоналом в менеджменте туризма уделяется особое внимание.

Существуют следующие способы мотивировать сотрудников туристического предприятия:

• **Финансовая мотивация**

Традиционным способом мотивации сотрудников является финансовая мотивация. Каждый сотрудник, какую бы должность он не занимал, достоин высокой оплаты за свой труд. Необходимо отметить, что материальное стимулирование – один из мощных инструментов управления коллективом для его руководителя. Более того, в ряде случаев, не имея этого инструмента, руководитель вообще лишён возможности управлять коллективом.

Материальное стимулирование бывает: Постоянная часть оплаты труда, как стимул, переменная часть оплаты труда, премия за продажи, прочие премии, штрафы и вычеты.

• **Моральное стимулирование**

Не каждому сотруднику так важно финансовое состояние. Одобрение же за свой труд желает получить каждый, кто трудится на благородного предприятия. Создание специальных конкурсов и досок почета, позволит выявить самых продуктивных и преданных туристическому предприятию сотрудников, которые приносят максимальную прибыль. Их и надо поощрять различными способами, которые ограничиваются лишь фантазией директора туристической фирмы.

• Социальные гарантии и скидки

Лучшим и самым дешевым способом поощрить работника является возможность сделать ему скидку на дорогу путевку, либо, вообще предоставить ее бесплатно.

Выбор способа мотивации обуславливается множеством факторов. Следует было внимательным при выборе способа, который приемлем именно вашей фирме, Он позволит намного повысить эффективность труда отдельно взятого сотрудника, а также, туристического предприятия в целом.

Таким образом, мотивация тесно связана с проблемой управления персоналом. Руководителю надо знать людей, наблюдать за ними, чтобы определить, какие активные потребности движут ими и на этой основе более эффективно использовать потенциал работников предприятия.

Список использованных источников и литературы

1. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учебное пособие. – М.: Новое знание, 2005.
2. Зельдович Б.З. Менеджмент: Учебник. – М.: Экзамен, 2007.
3. Сайт о туризме – URL: <http://www.progulkainfo.ru/motivaciya-deyatelnosti-turisticheskikh-menedzherov/>

ПРОДВИЖЕНИЕ ГОРОДСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДИНГА МЕСТ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТОМСКА)

Кудашева Л.О., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

«Роли», которые «играют» города, – это территориальные бренды.
Д.В. Визгалов

Современная социокультурная деятельность человека рассматривается как процесс мотивационного выбора личности своей деятельности. Этот процесс определяется потребностями и интересами индивидуума. Пришло время не только учитывать запросы потенциальной аудитории, но и положить в основу коммерческую деятельность индустрии туризма и развлечений. В связи с развитием рынка и трансформацией социокультурной сферы в научный оборот было введено понятие экономики ощущений.

Экономика ощущений предлагает отказаться от традиционных отношений между потребителем и продавцом, а вместо этого продавец любого вида товара или услуги становится режиссером впечатлений. Таким образом, туристические дестинации и туризм в целом становятся объектом реализации и распространения впечатлений. Индустрия туризма в данном контексте связывает нас с такими понятиями как маркетинг и брендинг территории.

Территориальный брендинг выступает в данном случае одним из концепций, который связывает процессы изменения городского и мирового пространства с ментальными изменениями человека.

Понимание того, каким образом концепцию и опыт территориального брендинга можно использовать для развития города, как туристического центра является, безусловно, актуальным, потому что проблемы развития городской жизни и культуры связаны с туризмом и требует детального изучения для развития и становления туристских дестинаций.

Объект работы – территориальный брендинг.

Предмет работы – продвижение городской дестинации на основе концепции брендинга территории на примере г. Томска.

Цель – определить этапы продвижения городской дестинации (на примере г. Томска)

Задачи:

- проанализировать концепцию брендинга мест и ее основных постулатов;
- определить этапы продвижения дестинации;
- проанализировать направления продвижения города применительно к г. Томску.

Итак, концепция «национального или территориального брендинга» – это уникальная целостная система взглядов, разработанная в конце XX века британским исследователем.

С. Анхольт – автор концепции национального бренда, основатель и издатель исследований «Индекса национальных брендов», «Индекса брендов городов» и «Индекса государственных брендов», основоположник нового направления научной мысли и направления для самореализации огромного количества специалистов в области бренд-маркетинга. Индекс государственных брендов – Единственный аналитический рейтинг, оценивающий имидж и стоимость брендов различных государств мира.

Например, лидером в рейтинге Индекса национальных брендов в 2010 г. и 2011 г. является Канада. В списке из 113 стран за Канадой следуют Швейцария, Новая Зеландия, Япония, Австралия, США, Швеция, Финляндия, Франция и Италия. В 2011 г. в рамках проводимого исследования были опрошены 3500 путешественников и лидеров из 14 стран, проведены онлайн- исследования и фокус-группы с 102 экспертами в области туризма и инвестиций. Респондентам задавались вопросы об

осведомленности о стране, посещении различных мест (аттракций), ассоциациях, качестве жизни и условий для бизнеса, культуры и туризма [1.С.1-6]. Таким образом, данные исследования анализируют отношение разных целевых аудиторий к странам и их привлекательности.

Так мы подходим к главному понятию научной статьи – понятию территориального брендинга.

По определению отечественного исследователя Е. Серегиной, брендинг территорий – это стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов [2].

Брендинг мест направлен на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе, в его основе лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности территории [3].

Практически у каждого места есть исторические предпосылки для выявления территориальной идентичности, для этого нужно иметь историческую базу, понимать концепцию брендинга территории и ее составляющие, а также знать историографию исследований в этой области.

С. Анхольт утверждал, что «страны и нации могут быть приравнены к торговым маркам и брендам» [4.С.10]. В конце XX века это заявление вызвало различные мнения со стороны членов правительства и представителей научных сообществ, но всё же идея брендинга стран и городов широко распространилось и активно используется сегодня. Успешное позиционирование территорий влияет не только на развитие въездного туризма в стране, но и на формирование уникальной, легко воспринимаемой и лаконичной айдентики места.

В 2002 г. автор концепции «национального брендинга» С. Анхольт впервые в качестве термина употребил понятие «брендинга мест». Он стал основным разработчиком комплексного, диверсифицированного подхода к брендингу территорий в противовес узкоспециализированному, сфокусированному на каком-то одном аспекте (например, в туризме).

В итоге, С. Анхольт создал составляющую концепцию конкурентной идентичности, представив ее в виде шестиугольника, который показывает шесть элементов современного бренда территории [4.С.20-21].

Концепция конкурентной идентичности бренда территории включает в себя следующие взаимосвязанные элементы:

1. Инвестиции и иммиграция (Investment and immigration)
2. Культура и наследие (Culture and heritage)
3. Люди (People)
4. Внешняя и внутренняя политика (Foreign and domestic policy)
5. Туризм (Tourism)
6. Экспортные бренды (Export brands) [5.С.21].

Концепция конкурентной идентичности территории анализирует уже существующие элементы бренда территории и его нововведения в качестве составной части стратегии по улучшению международного имиджа государства. Существование и успешное развитие элементов по структуре «Шестиугольника С. Анхольта» подтверждает конкурентоспособность рассматриваемой страны, региона или какой-либо другой территориальной единицы.

Автор концепции территориального брендинга считает, что управление конкурентоспособной идентичностью территории «больше связано с национальной идентичностью, политикой и экономикой конкуренции, чем с брендингом в обычном понимании». Он отмечает, что брендинг любой территории является системным процессом согласования действий, инвестиций, инноваций и коммуникаций территории для реализации конкурентной идентичности.

Более ранние исследования по вопросам брендинга и маркетинга принадлежат известному экономисту Ф. Котлеру. По вопросам планирования процесс брендинга Ф. Котлер говорил, что «территории, твердо руководствующиеся общим маркетинговым планом, смогут разработать опорную модель, гибкую и позволяющую избежать скороспелых и непродуманных решений» [6.С.19].

Ф. Котлер также выразил динамику роста и движущие силы кризиса территории в схемах. Отправным пунктом динамики роста служит тот факт, что место становится привлекательным по нескольким факторам: возникает новая отрасль или предприятие, увеличивается количество рабочих мест и территория становится привлекательной для жизни. Далее происходит приток новых жителей и туристов, а также приток инвестиций и бизнеса. Когда место становится привлекательным для жизни, то происходит рост цен на недвижимость, повышается уровень потребления и увеличивается нагрузка на инфраструктуру. Таким образом, возникает период кризиса территории [6.С.34-35].

Концепция брендинга территорий рассматривает продвижение дестинации как поэтапный процесс, где каждый из этапов играет немаловажную роль.

Современный отечественный автор Д.В. Визгалов в книге «Брендинг города» производит анализ теоретических и практических несоответствий понятия брендинга территории, а также поэтапного процесса брендинга мест.

Он приходит к выводу, что бренд города – это нечто находящееся «посередине» между видением города изнутри и восприятием города извне. Эти два образа города активно влияют друг на друга,

меняют друг друга и определяют бренд. Видение города изнутри – это не что иное, как городская идентичность. А восприятие города извне – имидж города [7.С.36].

В данной ситуации возникает «тождественность восприятия города» – понимание горожанами принадлежности их города к каким-либо внешним категориям (стране, региону, типам городов – «я живу в приморском городе») на основе общих с ними ценностей [7.С.39].

Восприятие города и его имидж меняется в процессе брендинга данной территории. Процесс брендинга разделяют на позиционирование и продвижение. Если стадия позиционирования города подразумевает формирование концепции бренда города на основе анализа городской идентичности, то стадия продвижения – формирование восприятия (имиджа) бренда города (выращивание бренда в городской среде), формирование самого имиджа города и влияние бренда города на развитие городской идентичности и на поведение целевых аудиторий.

Этапы продвижения города включают в себя:

1. подбор инструментов маркетинговой коммуникации;
2. определение индикаторов успеха, планирование мониторинга и оценки проекта;
3. определение участников проекта, распределение функций;
4. формирование проекта [7.С.57]

Главный вопрос, который стоит перед началом продвижения города: что конкретно изменится и улучшится в городе с возникновением бренда? Далее осуществляется постановка проблем с помощью нескольких подходов: SWOT- и PEST-анализы, анализ целевых аудиторий брендинга и выяснение условий, при которых они готовы «воспользоваться» городом и анализ имиджа города. Таким образом, возникает целостная концепция брендинга.

В процессе продвижения городской дестинации г. Томска следует рассматривать отмеченные этапы.

Продвижение по теории маркетинга – это коммуникационная связь покупателем и продавцом. По мнению Визгалова Д. В., до недавних пор существовал стереотип, согласно которому продвижение – это распространение информации об объекте продвижения по прямым информационным каналам. И лишь 10–20 лет назад стали широко использоваться более изощренные формы продвижения – организация символических событий, спонсорские и благотворительные программы компаний и различные формы PR [7.С.70].

В случае продвижения города мы имеем принципиально другие направления по продвижению. В первую очередь это работа по переустройству самого города, «обогащение» его среды признаками бренда.

Основа бренда — городская идентичность — должна быть воплощена в городской среде и в повседневной городской жизни. Для этого необходима кропотливая работа по выращиванию бренда города в городской среде [7.С.71].

Применительно к городу Томску следует использовать данные инструменты маркетинговых коммуникаций: брендинг (как основу продвижения города), рекламу и связи с общественностью, паблисити (увеличение известности города во внешней среде), спонсорство; сувениры с фирменной символикой, использование фирменных символов города в товарах и т.д.

Далее определим индикаторы успеха продвижения города. Итак, показателями успешности продвижения городской дестинации являются определенные выгоды для целевых аудиторий: улучшение имиджа, привлечение ресурсов, улучшение качества сервиса и услуг, увеличение уровня жизни, усиление конкурентных позиций привлекательности по сравнению с другими городами.

Основной частью продвижения города Томска станет ряд проектов мероприятий по брендингу, которые необходимо провести.

Данные мероприятия будут охватывать следующие направления:

- продуманная политика в социальной, экономической, экологической и международной сферах;
- динамичное развитие туризма, приток зарубежных инвестиций, развитие экспорта;
- проведение значимых международных событий (культурных, спортивных, политических);
- поддержание культурных и научных связей с другими государствами и участие в решении глобальных проблем во всем мире;
- взаимовыгодное сотрудничество с международными, региональными и местными общественными организациями, как на своей территории, так и за рубежом;
- эффективное взаимодействие между властью, бизнесом и гражданским обществом;
- укрепление международных связей;
- стратегический вклад в инновации, инвестиции и образование

Направление по проведению значимых событий на международном уровне является одним из приоритетных в продвижении Томска на ранних этапах брендинга.

Например, подготовка и проведение Томского инновационного форума является мероприятием, которое задействует несколько стратегически важных направлений.

В 2013 г. С 22 по 24 мая в г. Томске пройдет Юбилейный XV Томский инновационный форум. Девиз форума INNOVUS-2013 – «Энергия инновационного развития» [9].

Томский форум INNOVUS – первый в России инновационный форум, ставший за прошедшие годы одной из самых авторитетных площадок для обсуждения вопросов инновационного развития и выработки решений в сфере модернизации экономики России. В предыдущем, четырнадцатом, форуме приняли участие более 3000 представителей 47 российских регионов и 19 стран мира.

В течение подготовки данного мероприятия идет непосредственный процесс брендинга города. Создается и формируется образ современного города с высоким уровнем развития культуры, науки и образования, бизнеса и технологий. Форум INNOVUS неосознанно становится площадкой для выращивания бренда Томска, донесения концепции города до целевых аудиторий и привлечения на его территорию большого количества деловых туристов.

В итоге, основной проблемой продвижения г. Томска сегодня является отсутствие планирования мероприятий по продвижению города. Планирование – это залог успеха бренда на начальном этапе, т.к. затем происходят непредсказуемые реакции на бренд со стороны целевых аудиторий. Бренд территории является сочетанием комбинации тех образов, которые хотят видеть в этом месте жители и власти, туристы, представители бизнеса и инвесторы.

Таким образом, только результат планирования и организации мероприятия по продвижению станет реальным показателем того, успешен ли бренд города или нет.

Список использованных источников и литературы

1. Anholt S. Editorial: Place branding: Is it marketing, or isn't it? // Place branding and Public Diplomacy, Vol.4, 2008, pp. 1-6.
2. Серегина Е. Брендинг территорий. [Электронный ресурс] / Е. Серегина – URL: <http://portal.com.ua/peredovitsa/4621.php> (дата обращения: 18.03.2013)
3. О.М. Olefirenko, М.Ю. Karpischenko Theoretical and practical problems of territorial branding at the example of Sumy region brand forming // Маркетинг и менеджмент инноваций, 2011, №4 [Электронный ресурс] – URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (дата обращения: 19.03.2013)
4. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – 1-st edition. – Palgrave Macmillan, 2007. – 160 p.
5. Анхольт С. Бренд Америка: мать всех брендов / С. Анхольт, Дж. Хильдрет. – М.: Добрая книга, 2010. – 232 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 211 с.
7. Визгалов, Д.В. Брендинг города / Денис Визгалов. [Предисл. Л.В. Смирнягина]. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.
8. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / [Ф.Котлер, К.Асплунд, И.Рейн, Д.Хайдер]. – СПб: Издательство: «Стокгольмская школа экономики», 2005. – 382 с.
9. XV Томский инновационный форум INNOVUS-2013 [Электронный ресурс] – URL: <http://tomskforum.ru/ru/section/6> (дата обращения: 29.03.2013)

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕШЕСТВИЙ

Кутепова Г.Н., к.э.н., доцент

Московский государственный институт туризма имени Ю.А.Сенкевича

Начальным этапом обеспечения качества товара или услуги является исследование потребностей. Поскольку нет единого критерия для оптимизации выбора транспортного средства, маршрута, конкретного перевозчика, во множестве потребительских пожеланий клиентов имеет смысл ориентироваться на категорию деловых путешественников, т.е. на изучение потребностей наиболее часто путешествующих бизнес-туристов.

С учетом глобализации современных социально-экономических и технологических процессов, представляет интерес анализ корпоративных запросов делового туризма, как наиболее емкого, затратного и взыскательного сегмента потребительского рынка.

Корпоративные клиенты предъявляют особые требования к стандартам качества предоставляемых туристских услуг, в то время как обслуживающие компании, естественно, стремятся им соответствовать путем полного и постоянного управления «тревел-процессами».

Основной задачей туристической компании, ориентированной на поиск и дальнейшее сотрудничество с крупным заказчиком, является разработка оптимальной стратегии организации деловых поездок конкретного клиента с целью обеспечения необходимого уровня качества и обоснованной политики расходов на транспортные и другие туристские услуги, которые являются существенной статьей корпоративных затрат. Таким образом, как туристическая компания нуждается в постоянном клиенте со значительными объемами заказов, так и наличие стабильного и надежного

партнера по организации оформления многочисленных туристских формальностей, поиску выгодных вариантов перелетов, размещений и др. обеспечивает возможности для развития бизнеса в наиболее благоприятных условиях.

В зависимости от специфики деятельности корпоративного клиента, туристическая компания разрабатывает индивидуальную политику организации деловых путешествий, коллективных поездок с целью обучения персонала, отдыха и др., главными принципами которой являются:

- минимизация расходов в процессе организации и оказания туристских услуг;
- использование логистических принципов при разработке маршрута и выборе партнеров;
- предоставление услуг неизменно высокого качества;
- постоянный информационный мониторинг.

Туристической компании необходимо обеспечить тщательный анализ объемов, сезонности, географии авиаперевозок клиента и на основании полученных данных предложить варианты их организации:

- заключение трехсторонних договоров с авиакомпаниями, транспортными агентствами, средствами размещения, meet-компаниями и др.;
- организация оформления проездных документов, ваучеров, визового обслуживания с помощью курьерской доставки или создание рабочих мест для сотрудников турфирмы непосредственно на территории заказчика (имплант);
- использование прогрессивных методов ценообразования и минимизации аннуляционных платежей.

Выбор приоритетных партнеров (авиакомпаний, транспортных компаний и средств размещения) позволяет консолидировать объемы перевозки на определенных направлениях и получить не только эксклюзивные тарифы, но и особые условия по внесению изменений и аннуляции. В современных условиях авиакомпании, при больших объемах загрузки, не только идут навстречу заказчикам, но и сами предпринимают активные попытки к поиску и заключению корпоративных договоров.

Одним из важнейших показателей качества услуги по авиаперевозке является соотношение «цена авиаперелета – размер и условия штрафных санкций за аннуляцию или изменение маршрута». Использование логистических подходов к организации путешествия, комплексное рассмотрение возможностей перевозчика с учетом удобства расписания, времени в пути, возможностей отмены перелета или внесения любых изменений, включая смену перевозчика, позволяет существенно снизить расходы корпоративного клиента на туристские услуги.

Туристические компании, которые специализируются на оказании услуг корпоративным клиентам, имеют, как правило, специальные договорные отношения с авиа- и транспортными компаниями, крупнейшими гостиничными цепями и, поэтому, используют эксклюзивные возможности для организации путешествий по специальным тарифам в любую точку земного шара.

Для максимального эффекта сотрудничества корпоративного клиента и туристической фирмы необходима разработка конкретных правил совместной работы, которые оговариваются в специальном договоре. Предметом договора является перечень услуг по организации бизнес-туров, деловых поездок и др.:

- разработка вариантов маршрута, калькуляция и предоставление полной информации по запросу клиента;
- оформление перевозочных документов на авиа- и железнодорожном транспорте;
- организация трансферов, аренда автомобилей, автобусов и др.;
- бронирование средств размещения;
- визовый и миграционный консалтинг;
- VIP-обслуживание;
- организация конференций, семинаров, переговоров, обучения персонала в России и за рубежом;
- разработка и организация инсентив-туров (эксклюзивных поощрительных поездок для отдыха или обучения);
- координация работы поставщиков, сопровождение поездки;
- оформление и предоставление необходимых финансовых документов.

Одним из важнейших условий и показателей профессионализма туристической фирмы является постоянный мониторинг результатов их деятельности: качества предоставляемых услуг, уровня рационализации в организации маршрута и программы поездки, возможных и фактически понесенных затрат. Такой анализ помогает выработать со временем рекомендации по вылету/прилету по рабочим/нерабочим дням, утренним/вечерним часам, вылету в командировку в начале или в конце недели и др., которые позволяют обеспечить максимальную экономию рабочего времени командированных сотрудников, оптимизируют расходы компании.

Значительно ускоряет согласовательный этап бронирования поездки наличие утвержденной заказчиком четкой структуры персонала компании, которая определяет класс сервиса для каждого ее сотрудника.

Процедуры оформления заказа, как и составление отчетной документации также должны быть согласованы и доступны для мониторинга на любой стадии организации или оказания комплекса

туристских услуг. Особенное значение строгое соблюдение технологий имеет при организации больших групп туристов, в случае наличия ограничений на бронирование/выписку авиабилетов (dead line), при запросе на предоставление услуг, которые необходимо оплачивать в момент бронирования и др. Это позволяет минимизировать потери на штрафные санкции и убытки от недоступности тарифов со свойствами «заранее оплаченные» (advance payment).

Кроме деловых поездок, туристическая компания должна быть готова к профессиональной организации деловых мероприятий в России и организации инсентив-туров во внутреннем и выездном туризме.

Деловые мероприятия (семинары, конференции, презентации, тренинги, workshops) проводятся с целью достижения договоренностей с партнерами, выработки тактических и стратегических решений по вопросам производства и продвижения товаров или услуг, обучения персонала и др. Для таких мероприятий необходима безупречная логистика и организация следующих направлений деятельности:

- предоставление наилучших с точки зрения специфики проводимого мероприятия конференц-залов, выставочных комплексов, площадок для проведения в России и за рубежом;
- оснащение мест проведения современным техническим оборудованием, средствами связи и интернет;
- обеспечение средствами размещения, необходимыми трансферами иногородних участников, зарубежных гостей, приглашенных лиц;
- организация регистрации участников мероприятия;
- бронирование и оформление перевозочных документов для участников в случае отсутствия обратного билета или внесения изменений;
- организация кофе-пауз, обедов, приемов;
- разработка и проведение культурной программы;
- информационный мониторинг и сопровождение мероприятия.

Некоторые из перечисленных выше направлений требуют привлечения компаний-партнеров, которые специализируются на организации питания и проведении массовых культурных мероприятий, однако тарифы для турфирмы, как постоянного и частого клиента, будут значительно ниже, а само мероприятие – интереснее и безопаснее.

Аналогично, при организации деловых мероприятий и инсентив-программ за рубежом, туристическая компания старается работать с meet-компаниями, зарекомендовавшими себя на рынке и предоставляющими полный комплекс необходимых качественных туристских услуг.

Таким образом, корпоративные запросы делового туризма требуют профессионального решения комплексных задач и постоянного совершенствования технологий организации путешествий с целью уменьшения финансовых и организационных рисков и оптимизации расходов клиентов.

Рассмотрим также технологии поиска потенциальных клиентов, увеличения продаж и методы сбора информации на предприятиях туристской отрасли (турфирмах, авиакомпаниях, предприятиях гостиничных услуг и др.).

Источники для поиска потенциальных клиентов следует разделить на внутренние и внешние. К первым относятся рекомендации постоянных клиентов, партнеров-поставщиков и приглашенных на деловые мероприятия и в инсентив-туры гостей, средства массовой информации и рекламы. Существует также не часто используемый внутренний ресурс – потерянные клиенты и нереализованные заказы. Нередко, клиенты, испытывавшие в прошлом проблемы с бизнесом и переставшие пользоваться услугами туристского предприятия, с трудом возвращаются обратно, и почти никогда – по собственной инициативе. Нереализованные заказы, в свою очередь, не обязательно были прекрасно выполнены конкурентами, вполне возможно как раз обратное – не сделано то, что качественно выполнить невозможно. В этом случае учет нереализованных заказов и анализ причин их невыполнения – мощный резерв для совершенствования технологий организации туров и ресурс для поиска потенциальных клиентов.

Внешние источники:

- СМИ, справочники, рекламные журналы, интернет, любые материалы телевидения, радио по бизнес-тематике;
- выставочные мероприятия, – использование каталогов участников и организаторов;
- презентации, тренинги, бизнес-семинары;
- соседние офисные здания;
- торговые палаты, бизнес-ассоциации, представительства региональных и зарубежных компаний;
- поисковые системы, – отслеживание появления в сети контента с определенными словами, например «business travel» (сервис Google Alerts);
- социальные сети, – поиск контактов по названию компании или по известным именам (ресурс для поиска и установления деловых контактов – LinkedIn).

Сбором данных о потенциальных клиентах может заниматься отдел маркетинга и рекламы крупной туристской фирмы, отдел корпоративных продаж авиакомпании или гостиничного предприятия. В любом случае важнейшей задачей является расстановка приоритетов при работе с базой клиентских данных.

В первую очередь обрабатываются данные, заявки и рекомендации действительных клиентов, партнеров и поставщиков туристских услуг. Далее рассматриваются данные о компаниях с удобным для частых контактов месторасположением, информация о деловых мероприятиях и важных бизнес-событиях в России и за рубежом, данные о компаниях, которые расширяют свой бизнес или выходят на рынок с новыми проектами и партнерами.

Научные методы сбора, обработки полученной информации, ведение баз данных с постоянным анализом и обновлением – основные принципы эффективности поиска потенциальных клиентов.

Невозможно говорить о современных технологиях организации путешествий без упоминания о новых возможностях, предоставляемых индустрии туризма транспортом, в особенности, авиационным транспортом. И это не сверхсовременные комфортабельные летающие отели, не бизнес-авиация, известные своими особыми условиями по удобству использования и высочайшему уровню сервиса. Сегодня пристальное внимание профессионалов привлекают возможности, которые авиакомпании открывают для всех и каждого пассажира, вне зависимости от уровня его благосостояния. Сделать авиаперелеты доступными – это главный принцип и цель концепции организации низкобюджетных перевозок. Несмотря на трудности и преграды со стороны лобби регулярных и чартерных авиакомпаний, 10 европейских лоукостеров заняли более 80% рынка низкобюджетных перевозок и перевезли 202,4 млн. пассажиров в 2012г. [1]. Единственным препятствием для использования возможностей лоукостеров россиянами является необходимость вылета из аэропортов Европы, однако по Европе можно путешествовать по тарифам, не превышающим 49–100у.е.

Авиакомпании предлагают также интересные предложения в виде «проездных» авиабилетов. Авиакомпания «Аэрофлот» и глобальный альянс SkyTeam объявили о введении в действие авиапроездного по России: Go Russia, который будет доступен пассажирам, прибывающим из-за рубежа рейсами любой из компаний альянса [2]. Правила и условия применения данного тарифа не позволяют оценить его однозначно, поскольку внутри России предполагаются перелеты только авиакомпанией «Аэрофлот» (от 3 до 16 полетных сегментов). Поскольку такие рейсы в настоящий момент совершаются только из Москвы или в Москву, путешественник вынужден будет, посетив какой-либо город, вернуться в российскую столицу прежде, чем отправится в любой другой город. Выходом из сложившейся ситуации могло бы стать разрешение на использование дочерних компаний «Аэрофлота», которые, однако, не являются членами глобального альянса. Тем не менее, учитывая опыт альянса SkyTeam, который добавил тариф Go Russia к успешно работающим Go Round the World, Go China, Go Europe и недавно стартовавшему Go Africa, можно предположить, что будет найдено рациональное решение, которое позволит открыть новые возможности для развития въездного и внутреннего туризма в России.

Таким образом, сегодня управление качеством предоставления туристских услуг является главной задачей менеджмента туристических фирм, предприятий средств размещения, авиакомпаний и др. Постоянное совершенствование и использование научно-обоснованных методов, последних достижений техники и лучшего мирового опыта позволит российской индустрии туризма успешно развиваться.

Список использованных источников и литературы

1. <http://www.ato.ru/category/authors/atoru>
2. <http://www.skyteam.com>

ЭКО-МЕНЕДЖМЕНТ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «БАЯНГОЛ», МОНГОЛИЯ)

Мунхтогтох Дулгуун, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Актуальность данной темы связана с тем, что в настоящее время вследствие роста населения, урбанизации, развития малых и средних предприятий значительно повышается уровень потребления энергетических и природных ресурсов. Поэтому сегодня актуальным является «экологический менеджмент» – это часть общей системы корпоративного управления, которая обладает четкой организационной структурой и ставит целью достижение положений указанных в экологической политике по средству реализации программ по охране окружающей среды [9].

Экологический менеджмент – результативная и инициативная деятельность производственных экономических субъектов, которая в большинстве случаев направляется на достижение определенных целей в плане экологической безопасности, программ и проектов, разработанных с применением принципов экологической эффективности и справедливости [7].

Документация системы экологического менеджмента (ISO 14000) включает следующие нормативные документы [8]:

- определение экологической политики, задач и целей;

- подробное описание процессов, которые охватывает система экологического менеджмента, ведение документации;
- описание основных этапов системы экологического менеджмента и их взаимодействия между собой, а также ссылки на необходимую документацию;
- документация, включающая записи, которые предусмотрены действующими в настоящее время международными стандартами;
- документация, включающая записи, которые необходимы организации для обеспечения грамотного и результативного планирования, контроля выполнения процессов, связанных с обеспечением экологической безопасности [7;8].

Сегодня система эко-менеджмента широко применяется в гостиничной бизнесе, и связи с этим появляется такое понятие, как «эко-отели». Экологические отели появились как следствие повышенного спроса на естественный природный отдых, который сформировался на гостиничном рынке последние два десятка лет. Сегодня эко-отели становятся все более популярными и открываются повсеместно.

Характерные особенности эко-отелей можно разделить на две группы: первая – эффективное управление отходами (их минимизация и утилизация); вторая – сокращение потребления ресурсов (электричества, воды и другие). Именно эти направления легли в основу эко-политики, причем подобные отели всячески информируют клиентов о мерах, предпринимаемых для того, чтобы проживание стало наиболее экологически безопасным.

Разработку эко-менеджмента в туристическом бизнесе поддерживает международный Фонд экологического образования FEE (Foundation for Environmental Education – FEE) [4]. Существует программа под названием «Зеленый Ключ» («Green Key») – программа добровольной международной экологической сертификации учреждений гостиничного бизнеса, принята в качестве одной из программ международной Федерации по экологическому образованию в 2003 г. [1;4]. Она нацелена на уменьшение воздействия предприятий на окружающую среду, содействие реализации устойчивого управления гостиничным бизнесом, а также на повышение экологической информированности.

Основные принципы программы «Зелёный ключ»:

- информирование сотрудников и клиентов о положении сохранения окружающей среды;
- охрана окружающей среды с помощью сотрудничества государственных и коммерческих предприятий;
- экономичное потребление закупаемых ресурсов означает снижение расходов, повышение прибыли;
- маркетинговая стратегия по продвижению значков «Зелёный ключ» [1,4].

Подобные программы реализуются в Монголии с 2010 года. К примеру, программы «Зелёный лист» и «Зелёный отель» были представлены Монгольской национальной торгово-промышленной палатой. Маркировку «Зелёный лист» получили предприятия, ответственно и бережно относятся к вопросам охраны окружающей среды, которые соответствуют всем обязательным и ряду рекомендуемых критериев программы «Зелёный лист». По данным 2010 года Монгольской национальной торгово-промышленной палаты, в настоящее время существуют несколько предприятий в Монголии под маркировкой «Зелёный лист», в соответствии с выполненными критериями [2;6]:

- «Тэрэлж» туристическая база – гостиница – 5 листьев
- «Корпорейт хотейл энд Резорт Нүхт» – 5 листьев
- «Улаанбаатар» гостиница – 5 листьев
- «Континентал» гостиница – 4 листьев
- «Корпорейт» гостиница – 3 листьев
- «Бүүвейт» туристическая база – 5 листьев
- «Хаан жимс» туристическая база – 5 листьев
- «Хоёр загал» туристическая база – 5 листьев [2].

Маркировку «Зелёный отель» получают только гостиничные предприятия, соответствующие следующим критериям:

- решение задачи с отходами;
- использование восстанавливающих источников электроэнергии;
- уменьшение использования объема чистой воды;
- сокращение количество используемых бумаг.

Рассмотрим возможности применения эко-менеджмента на примере гостиницы «Баянгол». Гостиница «Баянгол» открыта с 1964 года, она всегда играла значительную роль в туристической индустрии и индустрии гостеприимства Монголии. В 1991 году гостиница «Баянгол» получила 4-звездочный статус и с этого времени являлась предпочтительным средством размещения для королевских семей, глав государств, правительственных делегаций, а также туристов из Японии, Китая, Индонезии, Германии, Америки и Кореи. Вместимость отеля составляет 215 номеров с 400 кроватями, 500 мест в 5-ти ресторанах.

Основными конкурентами гостиницы «Баянгол» являются гостиницы «Улаанбаатар», «Чингис Хан», «Хан Пэлэс», «Сунжингранд», «Корпорейт», «Пэлэс», «Рамада», «Блу Скай», «Континентал», «Спрингс», имеющие статус 3-5 звезды и располагающиеся в центре города Уланбатора.

Чтобы показать насколько эко-менеджмент является эффективным средством повышения уровня конкурентоспособности предприятия гостиничного сервиса, было проведено исследование среди гостиниц города Уланбатора. Цель исследования: выявить уровень конкурентоспособности гостиницы «Баянгол» среди гостиниц Уланбатора.

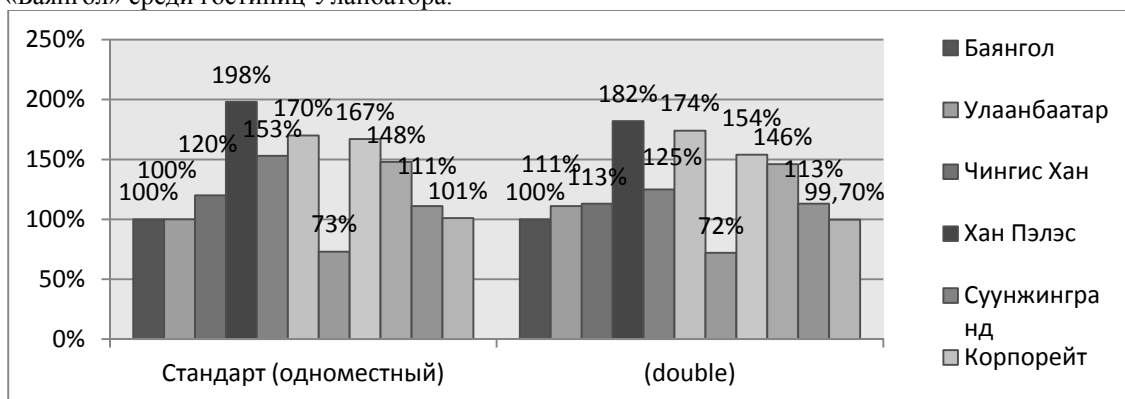


Диаграмма 1. «Ценовое соответствие звёздных гостиниц» (стандарт), 2013 г.

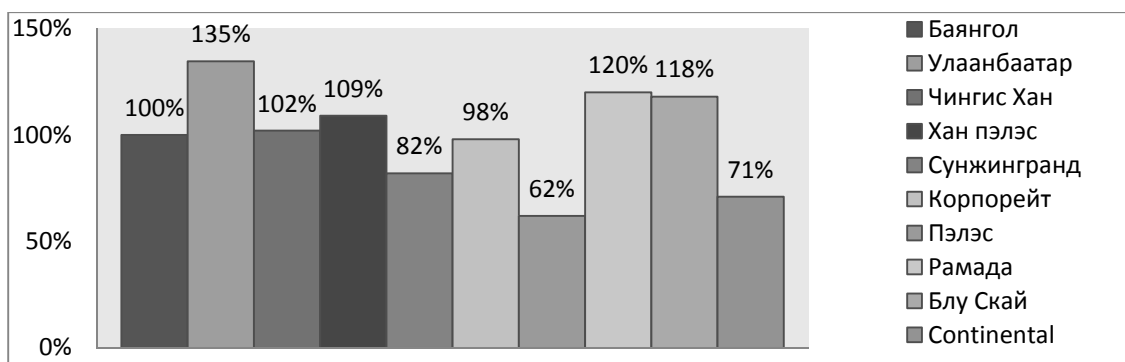


Диаграмма 2. «Соответствие предоставляемых услуг гостиницами» (%), 2013 г.

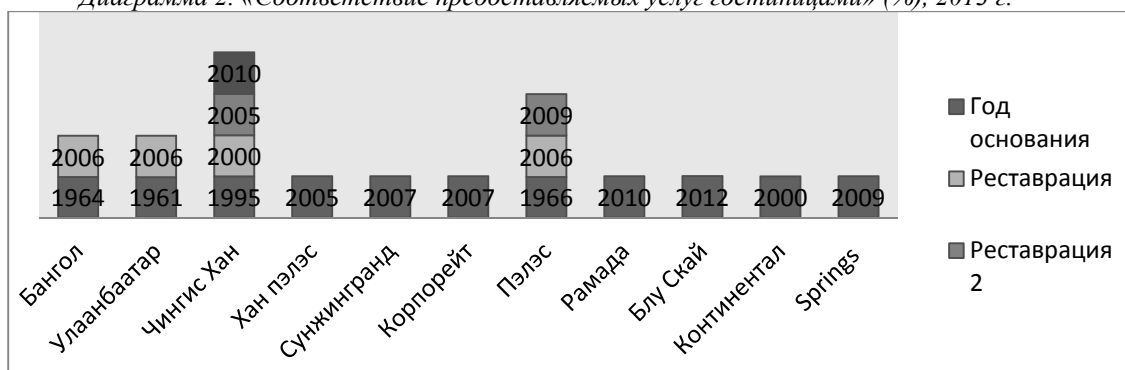


Диаграмма 3. «Этапы развития гостиницы города Уланбатора 3-5*», 2013 г.

Проведенный сравнительный анализ гостиницы «Баянгол» с гостиницами города выявил следующее:

- уровень предоставляемых услуг гостиницы находится на уровне среднего;
- материально-техническая база и оснащение гостиницы старые.

Недостатки, выявлены с помощью исследования, можно решить с помощью эко-менеджмента. Предлагаемые меры соответствуют государственными критериями Монголии «Зелёный отель-2012» и международным стандартом «Зелёный ключ» (Greenkey) FEE.

Таблица 1. «Предложение по экономии потребления ресурсов»

Предложенные меры	Предполагаемые результат
Производить смену постельного белья, полотенце только по желанию клиента	Сбережем электроэнергию и затраты воды

Использовать альтернативные источники энергии (солнце, ветер)	Уменьшим количество потребления платной электроэнергии
Использовать дневной свет	Сохраним 50% электроэнергии, которую тратим в настоящее время
Использовать умывальник, душ, туалет с автоматической системой	Сократится объем потребления воды и электроэнергии
Не использовать одноразовые мыло, шампуни, гели для душа	Уменьшится количество выбросов
Перерабатывать выбросы: газеты, бумаги, стекло, банки, картонные бумаги, пластиковые бутылки	Уменьшится количество выбросов в природу, следовательно, меньшая степень загрязнения
Рекомендовать экологически чистые продукты в меню	Уберегает от выделения пестицида, гормона, химической добавки, азота, гербицидов, и сохраняет почву, воду.
Использовать вещества отчистки, не загрязняющую природу.	Уменьшить объем загрязнения воды, почв, воздуха через выбросы (использованная вода)
Использовать многоразовую посуду (из стекла, железа, серебра)	Уменьшает количество выбросов одноразовой посуды
Использовать вторично произведенную бумагу (для меню, блокнотов и других бумажных изделиях)	Сократим производство бумаги на 70-95% (использование 100 упаковок бумаги на вторичное производство = сохранение 2 деревьев, сокращение выделения 1 тонна кислородного газа)

Реализация системы эко-менеджмента в гостинице «Баянгол» требует необходимых финансовых затрат на введение новых элементов.

Таблица 2. «Финансовые затраты»

Название продукта	количество	Цена за ед.	Общая сумма
Автоматический кран	215 шт.	80000 Т	17200000 Т
Зелёное растение	215 шт.	5000-15000 Т	2150000 Т (*10000)
Мусорное ведро	215 шт.	10000-15000 Т	2150000 Т
Значок «Поменяйте, пожалуйста!»	400 шт.	5000-6000 Т	80000 Т
Итого:			21580000 Т=479560 руб.

В связи с быстрым темпом развития технологии, повышается уровень потребления природных ресурсов. Если сейчас не начать задумываться о сохранении и экономии природных ресурсов, то человечество может столкнуться с большими проблемами, которые уже дают о себе знать. Чтобы решить эти проблемы, каждое предприятие должен заниматься вопросом экологической безопасности.

Эко-менеджмент является одним из приоритетных систем управления предприятием, что дает возможность увеличить свою конкурентоспособность и заодно сохранить окружающую среду. По итогам исследования при правильной реализации эко-менеджмента в гостинице «Баянгол» появится возможность увеличения конкурентоспособности предприятия гостиничного сервиса. А также гостиница может получить выгоду с экономии, что позволит увеличить прибыль и сформирует положительный имидж гостиницы в глазах общественности как экологически безопасной.

Список использованных источников и литературы

1. Официальный сайт «Green Key» – URL: <http://www.green-key.org/>
2. Официальный сайт Монгольской национальной торгово-промышленной палаты – URL: Режим доступа: <http://www.mongolchamber.mn/>
3. Официальный сайт гостиницы «Баянгол» г. Улаанбаатар – URL: <http://www.bayangolhotel.mn/>
4. Официальный сайт Фонда экологического образования – URL: <http://www.fee-international.org/en>
5. Международные базовые критерии «Зелёный лист» для гостиниц 2012 – 2015 (International Baseline Criteria Green Key for Hotels 2012 – 2015), Николас Дуброкард, 2012г. – URL: <http://www.green-key.org/Menu/Criteria/Hotels/International+Baseline+Criteria+Hotels>
6. Правила получения «Эко» маркировки (Эко шошго хэрэглэх эрх олгох журам) 2012, Монгольская Национальная Торговая Промышленная Палата
7. Официальный сайт компании «Интер Консалт» – URL: <http://iksystems.ru/>
8. Стандарт ISO 14001., Документация системы экологического менеджмента на промышленном предприятии – URL: <http://www.promexpertiza.ru/sistema-ekologicheskogo-menedzhmenta-postandartam-iso-14000/>
9. Свободная энциклопедия «Википедия» – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Экологический_менеджмент

КОММУНИКАЦИОННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЛОГОТИПА

Никитина С.С., Дегтярев К.О., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Слово «лого» пришло к нам из Древней Греции и означало «слово» или «речь». Самым первым лого был логотип компании Prudential Insurance – скала Гибралтара. Этот логотип появился в 1896 году. В 1910 году – логотип собака Nipper, сидящая напротив граммофона и внимательно слушающая, какое слово произнесет граммофон. Слоган «Голос Его Хозяина» является здесь частью логотипа. Данный логотип до сих пор использует корпорация RCA, выкупившая Victor Talking Machine Company в 1920 году, для продвижения своей продукции [1].

Некоторые логотипы так известны, что стали даже олицетворением целой профессии. Кабинет любого врача ассоциируется с изображением змеи обвивающей чашу – кадучею. Значение логотипов настолько возросло, что дети начинают узнавать некоторые из них еще прежде, чем научились говорить. Какой ребенок не узнает логотип компании McDonald's? Использование логотипов в качестве торговых марок берет свое начало в эпохе Возрождения в 13 веке. Клеймы ювелиров, водяные знаки были среди первых логотипов, используемых в качестве торговых марок.

Современное определение логотипа звучит так: *логотип* – элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание полного или сокращенного наименования организации или товара, являющийся словесной частью торговой маркой.

Логотип занимает центральное место в фирменном стиле компании. Самое важное в бизнесе – название компании и логотип. Логотип играет большую роль в узнаваемости гостиницы. Удачный логотип за короткое время сможет повысить эффективность рекламы и улучшить имидж гостиницы на рынке [3]. Важно с первых же дней существования гостиницы создать хороший логотип. Следует знать об основных ошибках при выборе верного логотипа. Образ должен быть ясен и узнаваем, это поспособствует повышению продаж, на такую гостиницу обратят внимание потенциальные клиенты. Если у гостиницы нет логотипа, это лишает ее способности конкурировать на рынке, гостиницу просто не будут узнавать. Если гостиница уже достаточно известна, но логотип не соответствует стилю, потенциальные клиенты могут неправильно воспринять образ и отказаться от услуг.

Логотип является первым визуальным предметом в местах продаж и прессе, он сможет рассказать клиентам, чем занимается гостиница. В настоящее время конкуренция на рынке огромная, поэтому логотип должен с первых же секунд запомниться потребителям, он должен показать гостиницу в выгодном свете, а в дальнейшем максимально облегчить узнаваемость гостиницы [4]. Взглянув на логотип, человек должен заинтересоваться им на подсознательном уровне. Очень важно, чтобы логотип оставлял нужное впечатление. Например, благодаря правильно подобранной цветовой схеме и композиции, нужно создавать ощущение солидности организации и возможностях её дальнейшего роста и надежности.

Я хочу поговорить о логотипах Томских гостиниц. Это очень важно в связи с тем, что сегодня в Томской администрации принята долгосрочная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской Области на 2013-2017 годы». Детальное изучение логотипов томских гостиниц оставляет грустное впечатление.

Большинство логотипов томских гостиниц максимально лаконичны и зачастую в них не используется никаких дополнительных символов, кроме собственно оригинального начертания названия гостиницы. Например, у таких гостиниц как «Аврора», «Апельсин», «Дрезден», «Von Apart», «Седьмое небо» в лучшем случае логотип представляет красивое графическое начертание названия гостиницы, а в худшем логотип как таковой отсутствует.

Одно из основных требований к логотипу это то, что он должен быть лаконичным, легко запоминаться и повторяться. Лаконичность и простота (но не примитивность) логотипа обеспечивают лёгкость его восприятия, быструю запоминаемость и мгновенную узнаваемость [2]. Сложные вензеля и комбинации букв не всегда удачны, потому что буквы не читаемы и сливаются. Простые буквы или символы будут, возможно, гораздо доступнее для восприятия и удачнее с точки зрения запоминаемости. Но, к сожалению, многие логотипы томских гостиниц не соответствуют данному требованию. Так, например, у гостиницы «Спутник» логотип представляет собой массивное 9-этажное здание, такой логотип перегружен многочисленными деталями и излишней детализацией и вряд ли сможет легко запомниться для потенциальных гостей.

Очень важно при разработке логотипа правильно подобрать цвет. В идеальном случае логотип должен разрабатываться так, чтобы он при любом цвете нес заложенную с самого начала в него информацию. В логотипах нельзя пользоваться неочевидными оттенками – слишком темными, слишком светлыми или слабо насыщенными, так как их особенности сильно изменятся при печати на разном материале. Пример неудачного выбора цвета – это логотип гостиницы «PARAD Park Hotel». Логотип этого отеля выполнен в бледно зеленых оттенках, что делает его непривлекательным в глазах будущих клиентов гостиницы.

Также логотип, как некое сообщение, должен донести до потребителей определенный образ компании, определенную информацию и настрой, отражать ее специфику. Через логотип происходит

первый контакт потребителя с компанией. А первое впечатление нельзя произвести дважды. Поэтому логотип должен на 100% попадать в цель: создавать нужный образ и связи, не вызывать у потребителя никакого сомнения и чувства дискомфорта. Но не все логотипы томских гостиниц создают нужные и правильные ассоциации. Так, например, логотип гостиницы «Разгуляй» вызывает неправильные ассоциации с кабаком. Также логотип гостиницы «Империал» вызывает негативную ассоциацию с этикеткой винно-водочной продукции. Название гостиницы «Апельсин» как и его логотип очень похоже на сеть супермаркетов «Абрикос».

Проведя мониторинг интернет – ресурсов на наличие одноименных гостиниц в других городах с целью сравнения логотипов были найдены более удачные варианты в других городах

Таблица 1. «Сравнительный анализ логотипов гостиниц»

Логотипы гостиницы Томск	Логотипы гостиниц других городов
	г. Москва 
	г. Харьков 
	г. Обнинск 
	г. Волгоград 
	

Авторы считают, что логотипы томских гостиниц нуждаются в ребрендинге. Преобразование логотипов даст более точное представление о томских гостиницах, что привлечет заинтересованность у туристов.

Список использованных источников и литературы

1. Регионинфо – URL: <http://www.regioninfo.ru/poleznoe/sozдание-sayta/logotip-istoriya-funktsii-trebovaniya>
2. Агентство Web-дизайна – URL: <http://parasolya.com/2010/06/kak-sozdat-logotip-trebovaniya/>
3. Дизайн студия iReal – URL: <http://ireal.perm.ru/articles/design/logotype.html>
4. Full Print – URL: <http://www.fullprint.kiev.ua/articles/logo/>

ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Николашин В.Н., к.э.н., доцент

Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А.Сенкевича

Российская система заповедников и национальных парков – уникальная база для развития экологического туризма, позволяющая обеспечить качественный отдых туристов на природе и воспитывающая ее адекватное восприятие. Она предназначена для охраны природного и культурного наследия, организации туризма, поиска эффективных путей устойчивого развития территории.

Первые национальные парки «Сочинский» и «Лосиный остров» в России были созданы в 80-х годах и представляли собой новую форму территориальной охраны природы, которая позволяла сберечь уникальные природные комплексы и историко-культурные объекты. Их создание несло в себе направленность посещения большим количеством туристов и их ознакомления с природными, историческими и культурными достопримечательностями, а так же отдыхом на лоне живописной природы.

В общей системе национальных парков особое место отводится паркам с памятниками культуры и истории, это: Русский Север, на его территории расположены Кирилло-Белозерский и Ферапонтов монастыри, Кенозерский парк представляет собой памятник деревянного русского зодчества с деревянными церквями, часовнями и памятниками жилой архитектуры. На территории парка Самарская Лука расположен Муромский городок – крупное поселение Волжской Болгарии (IX–XIII вв.), а в «Нижней Каме» – сохранившиеся археологические памятники, связанные со стоянками древнего человека.

Сегодня экологическая система заповедников и национальных парков играет основную роль в возможности сохранения биологического разнообразия и развития туризма. Охраняемая система заповедников и национальных парков относится к объектам общенационального достояния, поэтому охраняется не только земля, вода, но и воздушное пространство над ними. В парковых пределах маршруты возможны только в зонах рекреационного использования по определенным заранее пешеходным тропам. Так же жесткие требования необходимо предъявлять к природным заповедникам, здесь экскурсионные маршруты должны ограничиваться в буферной зоне, по строго фиксированным направлениям.

В большинстве российских заповедников экологический туризм развивается в охранной полосе, например Катунский заповедник на Алтае. Летом в его окрестности приезжают около 500 горных туристов, 100 туристов-водников и 50 альпинистов и скалолазов. Четыре года назад начал развиваться эко туризм в Байкальском заповеднике.

Природные заповедники, а так же биосферные и национальные парки представляют особое значение для охраны Российской природы. Они представляют собой природоохранные, научные, исследовательские, экологические, просветительские и другие цели, направленные на изучение, сохранение природы и естественных процессов и явлений, происходящих в природе.

Система заповедников и национальных парков выполняет следующие функции: использование ресурсов среды и биологического разнообразия в процессе хозяйственной деятельности человека; их сохранение и восстановление в рамках разработанных программ в отношении человека со средой; доведение информации и необходимых знаний о существующих реальностях и тенденциях их изменения до человека; нормативное воздействие на человека, которое согласует состояние среды и масштабы ее использования, а так же позволяют обеспечить ее развитие; формирование морально-этических представлений, оказывающих свое воздействие на повышение эффективности использования природных ресурсов.

Рекреационные возможности заповедников и национальных парков используются как дополнительные и подчиненные им природоохранные функции, поэтому развитие туристского направления возможно только при установке ряда ограничений, с которыми необходимо считаться при удовлетворении желаний туристов. Этого можно достичь посредством развития альтернативных видов туризма, способствующих охране природы и экологическим просвещением, что приведет к получению рекреационного эффекта. Поэтому приоритетными должны быть познавательные туристические туры, направленные на привлечение образованных людей и популяризации экологических направлений и культурно-исторических знаний.

Таким образом, система заповедников и национальных парков имеет ряд преимуществ и поэтому является важным звеном в развитии эко туризма: расположена в живописных, интересных и познавательных местах; обладает сложившейся системой обслуживания туристских групп и маршрутов; имеет опыт организации просветительской работы; располагает разработанной инфраструктурой и подготовленным персоналом; формирует отношение человека к конкретному природному резерву и определяет ограничения хозяйственной деятельности.

Но, развитие направления экологического туризма, ознакомление и посещение заповедников и национальных парков имеет ряд определенных проблем.

В последние годы в связи с ухудшением состояния окружающей среды идет поиск новых направлений использования природных ресурсов. Одним из альтернативных направлений выступает экологический туризм, который активно развивается во всем мире.

В России экологический туризм стал развиваться последние десять лет, а первыми участниками стали иностранцы, практически 100% туристов были из-за рубежа, а сейчас их около 30%. Доходы от эко путешествий составляют порядка десяти процента от доходов приносимых международным туризмом. Бурный рост эко туризма в мире объясняется значительным ухудшением окружающей среды в городах, перенасыщенностью традиционных направлений отдыха – горы, моря, а также ростом благосостояния людей и увеличением свободного времени.

В последние годы популярным направлением называют зеленый туризм, в котором экологические туры приурочены к районам с благоприятной и красивой природой, в которых расположены исторические и культурные объекты, памятники природы.

Популярность экологического туризма на Западе, объясняется заинтересованностью туристов и гидов. Так многие участники туров обладают большей информацией, чем гиды – профессиональные географы и биологи. Объяснение этому многолетние хобби, например наблюдение за птицами требует изучения специальной литературы, а коллекционирование аудиозаписей их голосов – собственного присутствия. Особенно развит это вид туризма в Великобритании и Бельгии, а также в Китае и США.

Так же на выбор экологического тура влияют внутренние предпочтения людей, так в Соединенных Штатах Америки были проведены социологические исследования, которые позволили выявить основные мотивы туристов, выбирающих экологические туры: позволяют улучшить физическую форму; благоприятно влияют на здоровье; позволяют неформально общаться в коллективе; позволяют получить новые впечатления; создают ощущение приключений; дают возможность познать себя и природу; отдохнуть от городской «суэты»; отвлекают от работы.

Так же необходимо отметить, что участие в экологическом туре человека, получает одобрение и положительную оценку со стороны общества, что является нормой американского поведения.

Основные мотивы туристов выбирающих экологические туры позволяют подразделить их на группы, приведенные в таблице 1.

Таблица 1. «Категории американских экологических туристов»

Группы туристов	Новые впечатления, соревновательный мотив	Познание природы, отдых	Забота о собственном здоровье, неформальное общение	Улучшение физической формы	Стрессоустойчивые, не имеющие мотивации
Основная мотивация	спорт приключения адреналин	природа уединение	здоровье физическая форма	ощущение бодрости физическая форма	желание «побыть в одиночестве»
Второстепенная мотивация	общение физическая форма	общение стабильность	общение спокойное времяпровождение	низкая потребность общения и активных развлечений	общение
% от всего населения	17	34	34	11	9
в том числе женщин	34	49	66	54	49
Возраст, лет	33	36	50	47	50
Семейное, социальное, экономическое положение	47 % не замужем	Много работают и отдыхают	Ярко выражена социальная направленность	Занимают значимое социальное и экономическое положение в обществе	Устойчивое экономическое положение

Таблица 2. «Предпочтения американских туристов в выборе экологического тура»

Туристический выбор	Новые впечатления, соревновательный мотив	Познание природы, отдых	Забота о собственном здоровье, неформальное общение	Улучшение физической формы	Стрессоустойчивые, не имеющие мотивации

Походы на несколько дней %	4	11	3	3	2
Походы на один день	10	18	10	12	7
Размещение в палаточном лагере на природе	9	16	7	5	4
Другие виды размещения	4	8	4	3	3
Водный туризм	6	9	4	5	3
Наблюдение за птицами	9	21	15	19	11

Как видно из данных представленных в таблице 2, степень участия в экологическом туризме рассмотренных групп значительно отличается.

Представленные в таблицах 1 и 2 данные позволяют сделать вывод, о том, что участники экологических туров в Соединенных Штатах Америки это в основном, люди направленные на – Познание природы, отдых, предпочитающие выезд на природу на один день, с размещением в палаточном лагере, с целью наблюдение за птицами в естественных условиях.

В группе «Новые впечатления, соревновательный мотив», а так же «Забота о собственном здоровье, неформальное общение» таких людей меньше, но они готовы идти на некоторые риски, и поэтому посещают другие страны, в том числе и в Россию.

Сейчас, экологический туризм предпочитает всего семьдесят процентов от общего количества отдыхающих, тогда как десять лет назад ими были только иностранные туристы. Но их число в среднем ежегодно растет, а доля российских туристов увеличивается. Такое увеличение связано со значительным ухудшением экологии, которое в свою очередь требует повышенного внимания к охране природы и появления новых черт у современного туриста, это: экологизация мировоззрения, осознание хрупкости и недолговечности окружающей среды, ощущение ее неразрывного единства с человеком.

Успешное развитие экологических маршрутов на территории парков и заповедников может привлечь собственные средства: арендная плата за строительство учреждений туристической индустрии на территории парка, разработка новых тарифов за посещение. А так же любая лицензионная деятельность и сумма отчислений компании, которая планирует открыть самые посещаемые маршруты, это: конные и водные.

Но, в настоящее время не все национальные парки, расположенные на территории Российской Федерации и находящиеся в ведомстве инициативных руководителей могут добиться каких либо успехов в развитии такого направления, как – экологический туризм, наиболее известные парки – «Валдайский», «Водлозерский», «Смоленское Поозерье». Грамотно организованный экологический туризм способен пополнить государственный бюджет, а его развитие позволит внести вклад в разрешение социально-экологические проблемы территории. А разработка волонтерских туров позволит туристам собственным трудом принести ощутимую пользу природе, с минимальными организационными затратами.

Помимо заработка эко туризм способствует экологическому просвещению детей. Посещение ими Кенозерского национального парка, природного музея заповедника Дивногорье, национального парка Угра и других позволяет в корне менять представления «городских» детей об окружающем мире, и формировать у них новую систему ценностей. Поездка в экологический лагерь, может кардинально изменить поведение даже так называемых трудных детей.

Российская природа обладает всеми потенциальными возможностями для развития экологического туризма, это: уникальность, привлекательность, обширность территорий, не охваченных урбанизацией, особенно на Севере, в Сибири, а так же в горах. И поэтому потенциально является одной из наиболее привлекательных стран для мирового экологического туризма.

Главное условие развития экологического тура - это красивая природа, но такой показатель хоть и необходим, но недостаточен. Так как серьезная конкуренция мирового туристического рынка не позволяет просто войти в него не учитывая специфические особенности и сложности:

- отсутствуют квалифицированные проводники или гиды, знающие местность, с большим опытом и знаниями, необходимые для успешной организации экологического туризма;
- нет познавательных программ для разных категорий туристов, и ценообразования;
- нет адекватного качества туристических услуг;
- для привлечения туристов из - зарубежья, гиды должны владеть иностранными языками;
- нет современной технологии очистки маршрутов от бытовых отходов;
- отсутствуют специализированные научные учреждения, способные разработать прохождение маршрутов, максимальный пропуск туристов через определенные территориальные участки и др. (единые методы определения рекреационных нагрузок и мониторинга);
- отсутствие информационной нагрузки о проведении туристических туров и программ, а также перечнем редких и исчезающих видов растений и животных др.;

- отсутствие рекламы территорий и специализирующих компаний позволяющих выйти на международный рынок туризма;
- отсутствие эко транспорта;
- плохо развита инфраструктура: условия проживания, организация туристских маршрутов, оборудование экологических троп, наблюдательных вышек и пр.;
- низкий уровень экологического просвещения отдыхающих;
- отсутствие четкого правового обеспечения рекреации;

Президент Ассоциации экологического туризма Моралева Н.В. подчеркивает, что основными проблемами развития эко туризма в нашей стране можно назвать:

- отсутствие маршрутов и программ, разработанных для разных категорий туристов, туристского продукта, соответствующего стандартам международного туристского рынка;
- отсутствие разнообразия платных услуг и единых цивилизованных стандартов формирования цен на услуги;
- отсутствие четких механизмов финансовых поступлений от экологического туризма на нужды местных жителей, а также недооценка необходимости участия местного населения в его развитии/

Огромный рекреационный природный потенциал России может стать существенным фактором развития рекреации, так как основная часть земли предоставляется для управления и осуществления деятельности человека. Другие территории, включенные в систему, не изымаются из их пользования. Вокруг системы выделяется охранный зона, где любая деятельность согласовывается с местной администрацией. На территории большинства национальных парков расположены земли других собственников, их доля доходит до 75%.

В последние годы система заповедников и парков, а так же лесные территории (за исключением лесов, имеющих эксплуатационное значение) перегружены объектами, не имеющими к ним прямого отношения, что существенно мешает развитию их главных функций (куда следует относить и рекреационную, если она регламентируется), причем эта тенденция прогрессирует.

Из всего перечисленного можно сделать определенный вывод, что система заповедников и парков может оказать свое влияние на развитие экологического туризма в России, так как:

- территории способны взять на себя функции планирования, управления и мониторинга экологического туризма;
- сторонники эко туризма занимаются экологическим просвещением, что позволяет привлечь внимание широкой массы общественности;
- широкая сеть заповедников и национальных парков охватывает не нарушенные уникальные ландшафты и экосистемы;
- перспективность развития парков и заповедников позволяет организовать научное направление и экологические экскурсии туризма, а так же разработать направления направленные на улучшение культурной жизни населения;
- развитие экологического туризма позволяет привлекать в регионы России международное внимание и иностранные инвестиции, что повлечет за собой создание новых рабочих мест для населения, а так же налоговых отчислений в бюджет.

СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПОНЯТИЯ «КЛАСТЕР»

Петрова Д.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время в экономических исследованиях регионального туризма развивается кластерный подход. Необходимость поддержания и развития туристских кластеров отмечается во всех документах стратегического развития туристской сферы, активно разрабатываемых, как на национальном, так и региональном уровнях управления.

Что же такое кластер? Слово «кластер» происходит от английского слова «cluster», что означает рой, скопление. Изначально кластером называли компактную группу связанных друг с другом атомов, молекул или ионов, которая обладает свойствами, отличными от свойств составляющих ее элементов³. Определяющим здесь является то, что элементы связаны между собой, но их общность обладает иными свойствами, нежели каждый элемент в отдельности [1].

Понятие кластера было введено в экономическую теорию Майклом Портером: «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, а также торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [2].

Этот термин стал популярен среди экономистов с конца 1980-х годов. Сейчас применение кластерного подхода рассматривается в качестве одного из наиболее эффективных путей развития экономики территорий.

Выделяют 3 широких определения кластеров, каждое из которых подчеркивает основную черту их функционирования [1]:

- регионально ограниченные формы экономической активности внутри родственных секторов, обычно привязанные к тем или иным научным учреждениям (НИИ, университетам);
- вертикальные производственные цепочки, узко определенные секторы, в которых смежные этапы производственного процесса образуют ядро кластера (например, цепочка «поставщик-производитель – сбытовик – клиент»). В эту же категорию попадают сети, формирующиеся вокруг головных фирм;
- отрасли промышленности, определенные на высоком уровне агрегации (например, «химический кластер») или совокупности секторов на еще более высоком уровне агрегации (например, «агропромышленный кластер»).

Характерные признаки кластеров можно свести к 12 показателям [3]:

- возможности по исследованию и развитию;
- квалификация рабочей силы;
- развитие трудового потенциала;
- близость поставщиков;
- наличие капитала;
- доступ к специализированным услугам;
- отношения с поставщиками оборудования;
- ассоциирующиеся структуры;
- интенсивность формирования сетей;
- предпринимательская энергия;
- инновации и обучение;
- коллективное видение и руководство.

Кластерные формы организации деятельности присутствуют в различных отраслях.

В туристской сфере кластеры представляют собой сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами [4].

Целью создания туристско-рекреационных кластеров является повышение конкурентоспособности территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в том числе: повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер, стимулирования инноваций, стимулирования развития новых направлений. Создание туристического кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона [4].

Основными побудительными причинами формирования кластерных систем в туристско-рекреационной сфере являются следующие [5]:

- технологическая специфика формирования и реализации туристского продукта, обуславливающая технологически связанный и комплементарный характер туристской деятельности;
- пространственная локализация туристского продукта;
- преимущества доступа и использования уникальных туристско-рекреационных ресурсов;
- маршрутная территориальная организация туризма;
- значительная доля малого и среднего бизнеса, занятого в формировании и обслуживании туристских потоков.

Отмеченные особенности определяют структуру формирования туристских кластеров.

Важнейшими элементами туристского кластера выступают [1]:

-Ядро (корень) кластера – аттракторы, обеспечивающие высокий уровень конкурентоспособности крупного города как туристской дестинации. Это могут как предпринимательские структуры, так и государственные и негосударственные учреждения и предприятия (например, музеи, театры, аквапарки, центры различных концессий, торговые и торгово-развлекательные центры, конгресс-центры);

-Поставщики туристских услуг – ТПС, предоставляющие услуги соответствующего уровня качества (коллективные и индивидуальные средства размещения, предприятия общественного питания, экскурсионные бюро и т.д.);

-Бизнес-среда – представляет собой совокупность внешних факторов, влияющих на деятельность ТПС и обеспечивающих уровень конкурентоспособности на отечественном и зарубежном туристских рынках. Включает в себя две группы факторов: общие факторы, характеризующие уровень развития бизнес-среды крупного города в целом, и специальные факторы, определяющие уровень развития институциональной среды туристского бизнеса в крупном городе, образовательной инфраструктуры и инфраструктуры продвижения туристского продукта города, научных и исследовательских центров и институтов, занимающихся проблемами развития туризма и координацией их деятельности. Здесь важная координирующая роль должна принадлежать местным органам власти.

Именно степень участия государственных органов управления будет определяться успех функционирования туристских кластеров, а, следовательно, и уровень конкурентоспособности города как туристской дестинации на отечественном и мировом рынках туризма. При этом местные органы власти могут делегировать координирующие функции деятельности туристских кластеров как специально созданным для этого организациям (например, общественной организации, созданной на основе государственно-частного партнерства), так и уже существующим в некоторых субъектах Российской Федерации маркетинговым центрам (или на первом этапе это могут быть туристско-информационные центры), отвечающим за продвижение соответствующей территории на туристских рынках.

Формирование туристского кластера способствует созданию современного конкурентоспособного туристского комплекса. Его функционирование обеспечивает широкие возможности для обеспечения занятости местного населения и удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах. Внесение значительного вклада в развитие экономики осуществляется за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного потенциала [6].

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1. Кластерный подход – это современный инструмент развития экономики, который дает значительные преимущества в конкурентной борьбе, перераспределении рисков и проведении гибкой политики, необходимой в условиях быстро меняющейся конъюнктуры.
2. В кластере достигается, прежде всего, синергетический эффект, поскольку участие конкурирующих предприятий становится взаимовыгодным.
3. подхода предоставляет уникальную возможность соединить получение экономической выгоды с решением социальных задач, связанных с развитием территории в целом.

Список использованных источников и литературы

1. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе. Коль О.Д. // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – №1(33). – 2010 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3043>
2. Портер Майкл Э. Конкуренция, обновленное и расширенное издание. – М.: И.Д.Вильямс. – 2010. – 592 с.
3. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт. – Минск: Тесей, 2008. – 72 с.
4. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов. Шпелев И.Г., Маркова Ю.А. // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), – №3(11) – 2012. – URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/3/markova.pdf>
5. Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России. Бойко А.Е. [Электронный ресурс] – URL: Режим доступа: www.dvags.ru/download/tio/j2009-2/37.doc
6. Кластерный подход в туризме. Ширихина Е.Ю. // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – №1(41), – 2012 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3988>

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Прилепских Е.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Жизнь человеческого сообщества сегодня характеризуется крайней переменчивостью. Это отразилось, в частности, в таких явлениях, как урбанизация, глобализация и виртуализация. Рост городов, а также иные формы коммуникации (Интернет) и постепенное растворение границ между государствами привело к новому самоощущению человека в меняющемся мире. Стремление к диалогу между странами, а также доступность информации пробудили в современном человеке такие качества, как стремление к постоянному развитию, обогащению своей интеллектуальной и эмоциональной сферы, интерес к иным социокультурным мирам. Прекрасной возможностью для реализации всех вышеперечисленных устремлений личности является путешествие.

При этом изменилось и само отношение к путешествию. Современный человек стремится не только и не столько получить информацию о месте посещения и культурных артефактах, сколько погрузиться в атмосферу города самостоятельно, познакомиться с городом, пережить собственную историю в процессе путешествия. Именно благодаря изменению отношения к процессу путешествия, сегодня можно говорить о таком явлении, как концептуальный туризм.

Этим понятием оперируют уже на некоторых сайтах интернета. При этом под концептуальным туризмом понимается любой вид отдыха, любое путешествие, подчинённое некой необычной цели. Например, новыми трендами являются так называемый «мрачный туризм», а также туризм с целью зачатия ребёнка [1]. Однако, в контексте данной работы термин «концептуальный туризм» приобретает иное значение.

Для того, чтобы раскрыть содержание понятия «концептуальный туризм» в данной работе, следует обратиться к понятию концепта.

Концепт является одним из основных понятий лингвокультурологии. Термин «концепт» весьма широк и включает в себя несколько значений.

С одной стороны, термин «концепт» по своей внутренней форме тождественен русскому слову понятие: «...*концепт* является калькой с латинского *conceptus* «понятие», от глагола *concipere* «зачинать», т.е. значит буквально «поятие, зачатие»; *понятие* от глагола *пояти*, др.-рус. «схватить, взять в собственность, взять женщину в жены» буквально значит, в общем, то же самое» [2].

С другой стороны, сегодня термин «концепт» приобрёл и другие значения, отличные от значения термина «понятие». Современные учёные говорят о концепте как о «сгустке культуры в сознании индивида» [2], как о средстве, с помощью которого человек приобщается к культуре, влияет на неё.

То есть, концепт включает в себе культурную информацию и фоновые знания о какой-либо части реального мира. Кроме того, концепт содержит в себе и все возможные значения слова и даже информацию о его этимологии.

Таким образом, термин «концепт» подразумевает не только конкретное значение слова, но и определённую систему фоновых знаний, ассоциаций и сведений, которые связаны в нашем сознании с произнесённым словом.

В туристском же контексте более уместно говорить не о концепте, но о концепции определённой туристской дестинации. Концепция – некая основная идея, согласно которой организовано функционирование определённой системы. В целом это понятие синонимично понятию концепта, поскольку как концепт, так и концепция включают в себя некую основную идею, основное значение, наиболее важное свойство предмета, в зависимости от которого организованы более мелкие подсистемы знаний, признаков, ассоциаций, связанных в сознании человека с упомянутым предметом или явлением. Часто понятия концепта и концепции взаимозаменяемы. Однако, в данной работе мы будем говорить именно о концепции туристской дестинации, поскольку концепт скорее связан с исследованием множества значений слов, а концепция – понятие более широкое. Концепция может служить основой как для художественного произведения или научной теории, так и для организации туристской дестинации.

Опираясь на рассмотренные выше понятия концепта и концепции, можно определить сущность понятия «концептуального туризма».

Итак, концептуальный туризм – это такая форма туризма, при которой основной целью посещения туристской дестинации является не банальное усвоение информации о месте пребывания, но формирование в сознании туриста определённой «концепции» данного места – то есть, системы знаний, ассоциаций, чувств, связанных с дестинацией. Основным преимуществом данного вида туризма, на наш взгляд, является то, что формирование подобной концепции места в сознании индивида выделит его из числа иных, похожих дестинаций, сделает неповторимым.

Для этого необходимо при создании концепции апеллировать, с одной стороны, к стереотипам и общеизвестным фактам о данной дестинации. С другой стороны, туриста важно заинтересовать, поэтому необходимо подчеркнуть уникальные свойства данного места, указать на необычные пункты посещения, культурные артефакты, которые могли бы вызвать чувства, вдохновить туриста. Но при этом, привлечение туристского внимания к пунктам туристского показа также должно быть подчинено общей концепции – идее данного места.

В третьих, для того, чтобы сформировать наиболее полное впечатление туристской дестинации, важно уметь воздействовать на сознание туриста с помощью невербальных маркеров данного места. Например, вкус местных фруктов или вина, запахи, звуки города.

Из всего вышесказанного становится очевидным, что основой для организации концептуального туризма является социокультурная среда туристской дестинации. Более глубоко сущность понятия «социокультурная среда города» будет раскрыта во второй главе данной работы.

Следует отметить, что сегодня элементы концепции туристской дестинации умело используются при территориальном брендинге.

В качестве примера можно привести ребрендинг Италии. Италия расположена на Аппенинском полуострове, внешне похожем на сапог. При этом Италия также славится качественной обувью. Кроме того, в этой стране прекрасный климат, произрастают виноградники и прочие растения, отчего страна покрыта зеленью.

Используя данные фоновые знания туристов о своей стране, итальянцы разработали логотип: слово «Italia», оформленное в цветах национального флага, с буквой *t* сочного зелёного цвета, по форме напоминающей след ноги. Логотип удачно дополняет слоган: «Италия оставляет след» [3].

Подобный бренд вызывает отклик туристов, поскольку вступает с ними в диалог, актуализирует их представление о стране. Кроме того, срабатывает известный в психологии «Ага-эффект», когда

человек мысленно кивает с одобрением: «Это мне известно» [4]. Информация, преподнесённая в таком контексте, вызывает расположение и интерес у человека.

На данном примере мы рассмотрели удачный пример использования элементов концепции места для продвижения туристской территории. Таким образом, становится очевидным, что организация туризма в регионе и презентация региона туристам согласно чётко проработанной концепции имеет место быть, хотя ещё не проработана в туристике должным образом.

Однако, для того, чтобы глубже понять суть концептуального туризма и его закономерность в современном мире, необходимо рассмотреть основные отличия концептуального туризма от традиционного.

Традиционным (классическим) туризмом в современной туристике принято считать все массовые формы туризма. Данный вид туризма был выделен в середине XX века. Основными формами классического туризма считаются оздоровительный, культурно-познавательный, развлекательный и спортивный туризм. На сегодняшний день даже деловые путешествия по наиболее распространённым направлениям можно отнести к массовому туризму [5].

Далее рассмотрим основные черты традиционного туризма, и отличительные черты концептуального туризма.

1. Массовый характер традиционного туризма и индивидуальный характер концептуального туризма

Основной чертой традиционного туризма является его массовый характер. Уже в самом названии «традиционный туризм», «массовый туризм» подразумевается, что путешествие совершается большими массами людей в одном и том же исхоженном направлении. Поэтому данный вид туризма наименее творческий и наиболее стандартизированный на сегодняшний день. Данный вид туризма напоминает конвейер – каждый день приезжают и уезжают люди, каждый день для них проводится стандартная развлекательная программа.

С другой стороны, концептуальный туризм изначально направлен на освобождение человеческого мышления от шаблонов и открыт для индивидуального планирования отдыха, для расширения личностных границ туриста, для творчества. Туристская дестинация в концептуальном туризме является не самоцелью путешествия, но сценой и героем истории одновременно. Однако сюжет истории каждый турист создаёт самостоятельно. Каждый турист может выбрать для себя подходящее времяпрепровождение на специально организованном туристском портале и осваивать дестинацию в удобном для него режиме.

2. Различие в факторах получения прибыли

Следующей чертой классического туризма является также то, что прибыль от туризма приносит не столько качество или уникальность услуг. Скорее деньги поступают благодаря массовости направления.

При концептуальном туризме основной чертой туристского продукта будет его уникальность, что приносит больший доход при меньшем количестве посещений.

3. Забота о благополучии дестинации

Кроме того, позаботившись о массовости направления, при развитии классического туризма гораздо меньше внимания уделяется благополучию самой дестинации. При этом, часто массовый туризм ведёт не только к развитию, но и к разрушению дестинации: экологическому, социальному, культурному и пр. [6]. Из-за некорректного отношения туристов к окружающей среде и местным жителям, страдают впоследствии сами же туристы – от отравлений, от неблагоприятности местных жителей. Это ведёт к культурному непониманию.

Основой концептуального туризма должна быть, напротив, забота о дестинации – о её экологической и социокультурной среде. Бережное отношение к окружающей среде и духовному облику места поможет сохранить его самобытность. А именно нестандартность и оригинальность, как уже неоднократно упоминалось выше, является главным фактором привлечения гостей в процессе концептуального туризма.

4. Техническое обеспечение и самостоятельность туриста

Следует также отметить, что часто экскурсионные программы массового туризма недостаточно обеспечены технически. Часто не бывает даже необходимого экскурсионного оборудования – микрофона и наушников. В результате туристы попадают в зависимость от экскурсовода и группы.

Концептуальный туризм же нуждается в достаточном количестве современного оборудования: аудиогидов, интерактивных карт и др. Данное оборудование является необходимым, учитывая индивидуальный характер концептуального туризма.

5. Различие в форме предоставления информации туристу

В форме преподнесения информации туристу между концептуальным и традиционным туризмом также есть несколько существенных отличий. Особенно это касается культурно-познавательного туризма.

При проведении экскурсий, а также при составлении туристских порталов в традиционном культурно-познавательном туризме туристу предоставляется как можно больше различной информации о городе, однако часто отсутствует некий базис, сама идея, на основе которой информация организована.

Факты о городе, его историческом прошлом и современной жизни предоставляются гостям бессистемно и стандартизировано – без учёта личных интересов человека.

Кроме того, при подаче информации экскурсовод или же интернет ресурс стремится скорее рассказать как можно больше различных фактов о городе. То есть, акцентируется информационная, «вербальная» составляющая города. При этом, «невербальная» составляющая дестинации (характер местных жителей, шум и запах моря, настроение города, необычные сладости) часто остаётся без должного внимания.

При организации концептуального туризма вся информация о дестинации должна быть подчинена основной идее, концепции данной дестинации. При этом основной задачей является не перегрузить сознание гостя бессвязными фактами, а заинтересовать его и помочь выстроиться в сознании некую систему, согласно которой человеку легче будет самому знакомиться с дестинацией.

При организации концептуального туризма также важно, чтобы информация поступала к каждому посетителю не сплошным потоком, а согласно с его целями и интересами. Поэтому более уместно говорить об организации индивидуальных экскурсий с использованием интерактивной карты или аудиогuida. Окружающая среда дестинации должна быть также благоприятной для туристов (tourist friendly). Имеется в виду как минимум наличие необходимых указателей и обозначений на английском языке.

Важнейшую роль при организации концептуального туризма приобретает туристский портал, на котором также должна быть подробно освещена концепция дестинации, и согласно концепции предложены различные варианты отдыха, дана необходимая информация и разработаны экскурсионные маршруты.

Также в концептуальном туризме важно формирование личных отношений туриста и места. Поэтому важны не только факты о дестинации, но и её невербальная сторона. Часто именно характер человека, а не его внешность помогает найти друзей. То же самое происходит и с дестинацией – люди стремятся войти в контакт с определённой городской атмосферой, ощутить вкусы и запахи, характерные для данного места, прочувствовать данное место, понять, а не просто узнать информацию. То есть, при организации концептуального туризма на первый план выходит социокультурное пространство туристской дестинации.

Исследовав отличия концептуального туризма от традиционного, глубже вникнув в его суть, мы пришли к выводу, что концептуальный туризм более соответствует запросам современного путешественника.

Список использованных источников и литературы

1. Концептуальный туризм – URL: <http://minioteli-moscow.ru/turizm-v-rossii/konceptualnyj-turizm/>
2. Степанов Ю.С. Концепт – URL: http://genhis.philol.msu.ru/article_120.shtml
3. Территориальный ребрендинг – URL: <http://www.prdesign.ru/text/2009/countryrebrand.html>
4. Инсайт в научении («Ага-реакция») по Вольфгангу Кёлеру – URL: <http://vikent.ru/enc/1129/>
5. Традиционный туризм – URL: <http://travelluxtour.info/vidy-turizma/tradicionnyi-turizm/>
6. Новиков В.С. Инновации в туризме – URL: http://tourlib.net/books_tourism/novikov25.htm

РАЗРАБОТКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ «УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ» КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЙ КОМПОНЕНТЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИН ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ

Санфирова О.В., к.п.н., доцент

Томский государственный педагогический университет

Исходя из сообщения председателя Экспертного совета по внутренней политике Алексея Щербинина, Томск вошел в десятку пилотных проектов по развитию внутреннего и въездного туризма. В связи с этим, особое внимание остается за решением ряда принципиальных вопросов как туристского, так и педагогического профиля, а именно: как адаптировать сегодня образовательный процесс к изменчивым рыночным реалиям; какая должна быть образовательная продукция; как ее должен отразить специалист, чтобы достойно функционировать на рынке

При этом в туризме всегда существовал – двуединый и взаимодополняющий подход. С одной стороны, это тщательное и всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и потребностей; ориентация производства на эти требования, адресность выпускаемой продукции; с другой – активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений. Все эти аспекты чрезвычайно динамичны и многоплановы. Увязка и совокупность этих элементов, а также направление их в нужное русло и является основополагающим компонентом изменения, о котором подробнее речь пойдет ниже.

Для начала отметим, что само понятие изменения, согласно общепринятым определениям – это превращение в нечто другое. «Изменчивые условия» как термин еще находится в стадии становления. Сегодня это больше устойчивая коллокация, чем сформировавшееся понятие, но при этом данная

позиция активно применяется во многих областях современного знания, таких как: педагогика, экология, психология, лингвистика, экономическая география, экономика и т.д.

В литературе принято отождествлять понятия «кризис» и «изменения». В то же время кризис (*др.-греч. κρίσις – решение, поворотный пункт*) – переворот, пора переходного состояния, перелом, состояние, при котором существующие средства достижения целей становятся неадекватными, в результате чего возникают непредсказуемые ситуации и проблемы [1.С.39]. В данном случае понятие «изменение», исходя из определения, в отличие от кризиса, не работает с отрицательными обстоятельствами, а старается их адаптировать согласно своим целям и получить новые возможности. Оно характеризуется направлением, интенсивностью, скоростью и длительностью. Эти параметры в любом процессе, в том числе и педагогическом, требуют определенной корректировки, чтобы не стать стихией. Поэтому очень важно правильно управлять, этими параметрами, создать такие педагогические условия, использовать такие формы, методы и технологии, чтобы на выходе получить достойного специалиста. Для этого должна быть четко продуманная педагогическая стратегия, под которой мы будем понимать целенаправленный процесс субъект-субъектного взаимодействия с четко обозначенной миссией, целями, ценностями, технологиями, средствами. Обозначим более детально, что в данном случае будет являться основой педагогической стратегии, на чем она должна сегодня базироваться, с какими изменениями приходится сталкиваться педагогу при подготовке специалистов туристско-рекреационного профиля:

Выделим более детально три основных блока.

1. Научно-познавательный (знаниевый). Этот блок отвечает за наполнение образовательного процесса теми или иными знаниевыми компонентами, такими как:

А) Навыками управления изменениями в ходе работы, непосредственно, с самим туристско-рекреационным знанием. Туристская наука интегративная, требует взаимодействий сразу с целым комплексом знаний различных областей наук. Это делает представление об объекте и предмете деятельности более сложным. Постоянное нарастание потока знаний может блокировать деятельность студента. Поэтому, главная задача педагога научить быстро адаптировать информационный поток, и решать проблемы различного уровня сложности. Необходимо стимулировать своего рода азарт на решение все более усложняющихся проблем.

Б) Способностью быстро находить информацию зачастую не связанную с той областью туристского знания, в которой работает специалист, наиболее интересные бизнес-решения в туризме находятся либо на стыке отраслей, либо при переносе идей из одной области в другую. В данном случае задача педагога разрабатывать такие ситуационные задачи, которые бы научили будущего специалиста свободно выходить и входить в различные области современного знания.

В) Умениями принимать решения в условиях высокой неопределенности, ведь именно в туризме сразу функционирует огромное количество тех или иных параметров, при этом по многим из них специалист может испытывать серьезный дефицит информации. На основе управления парадоксом информационной насыщенности, порождать новое знание, новый туристский пакет

2. Технологический. Этот блок является по сути инструментарием той или иной педагогической стратегии. Он состоит из:

А) Теоретического блока:

Выявляет и анализирует закономерности формирования динамики, морфологической структуры, территориальной дифференциации, интеграции, взаимовлияния и взаимообусловленности территориально-рекреационных систем (ТРС) как неперемного условия управления изменениями в туризме.

Разрабатывает представления о туристско-рекреационной дестинации как предмете исследования, формулирует принципы кластерного районирования.

Б) Методического:

Разрабатывает методологию оценки ТРС как неперемного условия управления изменениями в туризме; выявляет факторы и анализирует условия формирования ТРС, проводит отбор их признаков, разрабатывает план рекреационных характеристик, отслеживает динамику их изменений; разрабатывает методику оценки адаптации изучаемых объектов к рекреационной деятельности в изменчивых условиях.

В) Конструктивного:

Прогнозирует спонтанные и целенаправленные изменения ТРС как факторов устойчивого развития туризма; понимает различные кластерные классификации ТРС в условиях, прогнозирует их дальнейшее развитие.

Любая туристская организация находится и функционирует в среде. Поэтому задачами педагогической стратегии подготовки специалиста туристского профиля является уделение должного внимания среде внутренней и внешней.

Туристская отрасль – это отрасль, которая на отечественном рынке пока что мало производит, а в большей мере координирует, перераспределяет, связывает уже имеющиеся ресурсы. Каждое действие всех без исключения туристских организаций возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление.

Внешняя среда является источником, питающим туристскую организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Но ресурсы внешней туристской среды не безграничны и достаточно легко доступны. И на них претендуют многие другие Туристские организации, находящиеся в этой же среде. Поэтому всегда существует возможность того, что туристская организация не сможет получить нужные ресурсы из внешней среды. Это может ослабить ее потенциал и привести ко многим негативным для организации последствиям. В этом случае, как раз, стоит и подумать о работе в изменчивых условиях, к которым человек сегодня практически не готов.

Итак, для того чтобы определить стратегию поведения в изменчивых условиях и провести ее в жизнь, необходимо углубленное представление об изменчивой среде.

Внутренняя среда анализируется по следующим направлениям:

- кадры (их потенциал, квалификация; подбор, обучение и продвижение; оценка результатов труда и стимулирование; сохранение и поддержание отношений между работниками и т.п.);
- организация управления (коммуникационные процессы; организационные структуры; нормы, правила, процедуры; распределение прав и ответственности; иерархия подчинения);
- финансы (поддержание ликвидности, обеспечение прибыльности, создание инвестиционных возможностей);
- маркетинг (стратегия туристского продукта; ценовая стратегия; сбытовая стратегия; коммуникационная стратегия).

Таким образом, мы обозначили блоки педагогической стратегии «управления изменениями» как неотъемлемой компоненты методики преподавания дисциплин туристского профиля. Далее хотелось бы более детальное внимание уделить внедрению педагогической стратегии в образовательный процесс подготовки специалистов туристско-рекреационного профиля. Представим основные теоретические шаги внедрения.

1. Системный анализ основных целей задач образования в туризме в изменчивых условиях его модернизации (1этап).

Задача:

Анализ макроокружение системы образования (подготовка кадров высшей квалификации по туризму).

Методология:

- Рассмотрение объектов и организаций туристско-рекреационной системы как комплекса взаимосвязанных элементов (подсистем) вместе с их связями и отношениями, обладающих целостными свойствами и находящиеся в особом единстве с внешней средой;
- Изучение процесса их возможного перехода от одного стабильного состояния к другому;
- Определение составляющих успеха преобразований в туризме.

Факторы влияния:

- экономика и политика;
- демография, общество,
- религия;
- культура.

Методы, подходы, технологии:

- Выработка стратегии и тактики для более мягкого перехода к новым реалиям современного образования в туристско-рекреационной сфере.
- Рассмотрение влияния и комплексного взаимодействия изложенных факторов.
- Информационная характеристика изменчивой системы, переход знаниевой системы в новые рыночные реалии.
- Выработка навыков работы в изменчивой среде.

2. Ситуационный анализ мониторинга преподавания дисциплин туристско-рекреационного профиля в изменчивых условиях.

Задача:

Анализ микроокружения системы образования (подготовка кадров высшей квалификации).

Методология:

Рассмотрение ситуационного подхода как увязки конкретных приемов управления образованием в туризме в изменчивых условиях с реальными ситуациями для достижения его целей.

Факторы влияния:

- кадровый потенциал;
- образовательные традиции в туризме;
- соответствие российских стандартов образования с мировыми;
- способность к мобильному изменению ситуации в образовании в связи со сложившимися условиями.

Методы, подходы, технологии:

- Решение ситуационных задач.

- Составление предметных моделей.
- Проектная деятельность.

3. Анализ степени готовности педагогов и будущих специалистов к работе в изменчивых условиях.

Задача:

Мониторинг уровня готовности как педагогов так и студентов к работе в изменчивых условиях.

Методология:

Анализ уровней сопротивления:

Первый уровень (мышление):

- недостаток информации;
- сознательное несогласие;

Второй уровень (эмоции):

- эмоциональное (подсознательное несогласие);
- личные причины.

Выработка стратегии проведения адекватных мер, способствующих установлению баланса между качественным уровнем подготовки, потребностью в кадрах высшей квалификации по туризму и конкурентоспособности их на рынке.

Поиск критериев для принятия решений в этой сфере.

Активизация создания педагогической продукции вуза, отвечающей запросам туристского рынка.

Диагностика уровней развития потенциала личности.

Исследование развития педагогической компетенции.

Исследование повышения научно-исследовательской квалификации.

Факторы влияния:

существующие программные комплексы, формы, методы и технологии осуществления качественной подготовки специалистов, способных удовлетворять потребности современного образования.

Методы, подходы, технологии:

- Повышения у субъектов образования уровня готовности к работе в изменчивых условиях.
- Причинный анализ.
- Оценка возможностей и ресурсов.
- Разнообразные методы сегментации.
- Сбор данных для статистического анализа.
- Анализ ресурсов, возможностей и потенциала личности к научно-образовательной и исследовательской деятельности обзоры статистических данных.

5. Сравнительный анализ: (2 этап)

Задачи:

Мониторинг возможностей системы образования быстро адаптироваться к изменчивым условиям.

Методология:

- Разработка системы сравнения в соответствии со стандартами современного образования.
- Сравнительный анализ «цели – план – факт».
- Анализ статистики и подготовки специалистов туристского профиля.
- Методы сравнительного анализа.
- Анализ возможностей, идей в современной туристике.
- Типизация проблем.

Факторы влияния:

- идентификация слабых и сильных сторон подготовки специалистов туристского профиля на основе оценки возможностей с помощью совокупности данных;
- анализ наличия качества по сравнению с другими системами, динамика качества.

Методы, подходы, технологии:

- Планомерная работа с субъектами образования.
- Повышения у субъектов образования уровня готовности к работе в изменчивых условиях.
- Мониторинг потребностей.
- Анализ эффективности управления процессом подготовки кадров высшей квалификации туристского профиля.

6. Подведение итогов (3 этап).

Задачи:

- Определение актуальных проблемных областей, приоритетов развития системы подготовки в туристской сфере.
- Построение поля проблем, выбор приоритетов.
- Причинный анализ тех или иных вносимых изменений.

Прогнозы:

- динамика социального и экономического окружения;

- динамика параметров системы в туризме.

Методология:

- Возможные сценарии развития;
- Нормативный метод;
- Анализ моделей и сценариев в туристской сфере.

Планирование целей и стратегий:

- идентификация, путь развития;
- выбор целей;
- целевые приоритеты, целевые траектории;
- масштабы целей, оценка возможности достижений с учетом временных и пространственных параметров, ресурсов, возможностей;
- выбор стратегии, вариантов решений.

Таким образом, рассмотрены педагогическая стратегия управления изменениями в туризме, современные тенденции знания в обществе, определены задачи аналитической составляющей модернизации образования в туризме, выявлена технология аналитической деятельности при анализе качественной и количественной компоненты стратегии.

Список использованных источников и литературы

1. Глущенко В. В. Введение в кризисологию. Финансовая кризисология. Антикризисное управление. – М.: ИП Глущенко В.В., 2008. – 88 с.

**ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД РАЗВИТИЯ
ТУРИЗМА В РОССИИ**

Седельникова И.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В последние годы во всем мире бурно развивается промышленный туризм, ведь современного туриста уже трудно заинтересовать стандартной экскурсией в музей. Российскому туристу в большей степени, чем европейскому свойственна любопытность и жажда новых впечатлений. Набирает силу самостоятельный туризм. При наличии собственного транспорта и интернета можно сравнительно легко самому организовать для своей семьи или для друзей посещение любой заинтересовавшей вас достопримечательности. А так же турист жаждет эксклюзивности. Поездкой по Золотому кольцу или отдыхом в коттеджах никого не удивишь. Ведь намного приятней похвастаться перед друзьями и сослуживцами, когда вы побывали в месте, о котором они даже не слышали. Организация экскурсии на действующие (или когда-то действовавшие) промышленные предприятия или попросту промышленный туризм – это то, что можно предложить самому искушенному туристу.

Промышленный туризм завоевывает все большую популярность. Сейчас туристы, путешествуя по городам и странам, обращают свое внимание не только на исторические достопримечательности, но и на местные производственные предприятия. Конечно, только на те, где действительно можно увидеть что-то интересное. Так, в Испании туристы стремятся попасть на винные производства, в Голландии – на цветочные, в Финляндии – на стеклодувные.

По мнению туроператоров, промышленный туризм является сегодня едва ли не самым перспективным направлением для развития. В мировой практике посещение производственных предприятий весьма востребовано и формирует потоки в несколько десятков миллионов человек в год. Например, в Великобритании одна только шоколадная фабрика «Кэдберри» принимает по 400 000 туристов ежегодно. А во Франции насчитывается более 1800 промышленных объектов, где принимают туристов. Одна приливная электростанция в Рансе ежегодно – 300 000 посетителей [1].

Основоположниками же этого направления считаются американские компании. В конце девятнадцатого века завод Jack Daniel's открыл цеха для посетителей. Сегодня в США почти не осталось предприятий, которые не принимали бы экскурсантов. Для любой серьезной компании неприемлемо держать двери закрытыми для туристов – это не только дурной тон, но и прямая угроза репутации фирмы.

В двадцатом веке всех интересующихся на свои производства стали приглашать и европейские концерны. Первопроходцами в Европе стали автостроительные и пивоваренные компании. В последнее десятилетие, в связи с резким ростом спроса на промышленный туризм в Европе, большинство фирм приглашают к себе туристов, исключение составляет лишь военное производство.

Причем интерес для экскурсантов представляют не только некогда закрытые стратегические предприятия, но и производство потребительских товаров, которыми мы пользуемся каждый день. Ведь посещение производства – это возможность узнать, как рождаются привычные вещи. Именно поэтому промышленный туризм называют «экономикой впечатлений» – термин, который был впервые упомянут в 1999 году. Экономисты Джозеф Пейн и Джеймс Гилмор выпустили книгу «Экономика впечатлений»,

где доказывали, что на смену трем стадиям развития мировой экономики – сырьевой, товарной и экономики услуг в настоящее время приходит четвертая фаза – экономика впечатлений. Маркетологам стало трудно объяснять людям, почему они должны купить тот, а не иной продукт. Особенно, когда выбор этих продуктов весьма велик. Поэтому надо «подружить» свой товар с потребителем. А всякая дружба начинается со знакомства.

Потому то производители и пускают потребителя к себе на производство, что является не что иным, как весьма эффективной и рентабельной рекламой: затраты минимальны, а впечатления у гостей только положительные. Впечатляя тем, как всё производится, компании «покупают» эмоции потребителя. А потребитель вместе с эмоциями получает и доверие к этой компании, внутри которой его водили, показывали и знакомили с персоналом. Неудивительно, что когда перед потребителем встанет выбор – продукцию какой компании выбрать, он предпочтет ту, с «кухней» которой он знаком лично [2].

В мире существует множество предприятий, которые с радостью встречают гостей, приехавших с целью узнать о секретах производства уникальных товаров. К примеру, руководство завода HERZ, который выпускает котельные на твердом топливе в Австрии, встречает гостей и проводит презентацию своего производства. А предприятие Fazer, расположенное в Финляндии, проводит краткий обзор своего кондитерского и хлебобулочного производства, знакомит гостей с аппетитной продукцией и технологиями ее изготовления. Во время такого промышленного тура, у вас будет возможность продегустировать кондитерские и хлебобулочные изделия компании Fazer.

Кроме того, в туры включены такие мероприятия, как прогулки и походы в хорошие рестораны. Вы сможете по достоинству оценить кухню той страны, которую посещаете в рамках деловой поездки. Таким образом, промышленный туризм – это не просто отдых, но и прекрасный способ изменить свой взгляд на мир и открыть для себя тайны производства товаров.

В промышленный туризм могут быть вовлечены не только производство товаров, но и оказание услуг. Все зависит от предприятия. Если компания открыта для потребителя и ей есть чем похвастаться и показать свои преимущества перед конкурентами, то всем любознательным туристам – добро пожаловать! Причем некоторые предприятия еще и берут деньги за такие экскурсии, а туристы платят и весьма охотно. Предприятия, активно развивающие промышленный туризм, помимо эффективной рекламы и, кое-где, дополнительного источника доходов, косвенно мотивируют и своих сотрудников. Любому работнику приятно осознавать, что твой труд ценится и уважается, о чем свидетельствует неподдельный интерес туристов. Увеличивается производительность и повышается «культура производства».

Нашим любознательным туристам интересно все: кондитерские фабрики и заводы по производству «газировок», винные заводы и пивные производства, пасеки и фармацевтика, скважины питьевой воды и нефтяные вышки, агентства недвижимости и строительные компании, мясокомбинаты и птицефабрики, производство сувениров и игрушек, металлургические производства и автомобильные заводы, центр управления космическими полетами и авиадиспетчерские.

Промышленный туризм в России с советских времен знаменит экскурсиями на кондитерские фабрики в Москве. В последнее время появляются и другие экскурсии. Но пока, к сожалению, это делается без явного азарта, больше как дань моде. Чаще всего такие экскурсии доступны лишь специальным гостям и школьным группам. Можно отметить концерт «Балтика», который проводит экскурсии на своих заводах, а также Микояновский мясной комбинат и завод «Кристалл» в Москве.

Спрос на промышленные туры в России сегодня очень велик, несмотря на то, что это новое направление в туристическом бизнесе. К сожалению, небольшое количество туристических компаний способно предложить своим клиентам подобные услуги. Отечественные туроператоры специализируются, в основном, на обычных поездках по стране, а промышленные туры – всего лишь приятное дополнение к ним.

В России промышленный туризм представлен сегодня лишь несколькими десятками предприятий. Чаще всего наши туроператоры лишь включают экскурсии на заводы и фабрики в программы ознакомительных поездок по стране. Однако в последние годы стали появляться компании, с большим пониманием относящиеся к возможностям промышленного туризма.

Финансовые затраты на проведение туристических маршрутов по предприятиям сравнительно невелики. Первый шаг в производственном туризме – это кооперирование городских и региональных властей, а также местными краеведами и туристическими фирмами. Промышленный туризм в России – это идеальное поле для государственного и частного партнерства, это уникальный инструмент маркетинга для привлечения инвесторов и туристов.

Таким образом, промышленный туризм завоевывает все большую популярность и его можно выделить как перспективный вид развития туризма в России.

Список использованных источников и литературы

1. Промышленный туризм – URL: <http://geografikplanet.ru/interesnihe-mesta-rossii-promysljenyj-turizm>
2. Промышленный туризм – туризм будущего – URL: <http://visit-company.ru/nod>

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОРАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛЯЦИИ ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Скворцова В.Н., к.ф.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

«Профессиональная этика» – одна из самых молодых дисциплин в учебных планах российских вузов, значение которых трудно переоценить. Ведь смысл занятий по профессиональной этике – не только в том, чтобы дать студентам необходимый теоретический материал. Курс призван помочь студентам осмыслить, глубоко осознать характер нравственных ценностей той профессиональной группы, в которую они готовятся вступить, и в соответствии с этими ценностями сформировать свою профессионально-нравственную позицию. Только таким образом можно выработать у себя способность к самоопределению, самостоятельной нравственной ориентации, необходимой для того, чтобы наилучшим образом справляться с профессиональными обязанностями. Профессиональная этика представляет собой оценочно-императивный способ освоения специалистом целей и содержания своей профессиональной деятельности

Развитие этической мысли показало, что мораль – сложный феномен, возникший вместе с человеческим обществом, при этом ее главная особенность заключается в том, что она руководит поведением человека *через него самого*. Мораль имеет ценностную природу и представляет собой особый регулятивный механизм, основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. В качестве профессий, обладатели которых испытывают наибольшую потребность в профессионально-нравственной регуляции поведения, обычно рассматриваются профессии врача, педагога, юриста... Мы поместим в этот ряд и специалистов в сфере туризма. Для этого есть определенные основания и состоят они в следующем.

Регулировать нравственные отношения людей в трудовой деятельности призвана профессиональная мораль. Она рождается в рамках конкретной деятельности, образуя одну из сторон этой деятельности. Ее функция – обеспечить такое поведение членов профессиональной группы, при котором данная деятельность приносит наилучшие результаты, оправдывая свое общественное предназначение. Поэтому профессиональная мораль непосредственно включена в технологический процесс деятельности каждого члена трудовой группы, ориентируя его личностные устремления на выработанные стандарты поведения.

Профессиональная этика есть совокупность моральных норм, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу, к людям, с которыми он связан в силу своей профессии и в конечном счете к обществу в целом. Выработанные стандарты профессионального поведения закрепляются с помощью особого рода кодексов, клятв, уставов и т.д. Например, медики до сих пор обращаются к таким документам, как знаменитая «Клятва Гиппократа». Педагоги и сегодня считают актуальными многие из тех требований к учителю, которые сформулировал римский философ и оратор Квинтилиан. Профессиональные кодексы могут иметь вид уставов, предписаний, инструкций и разрабатываться на различных уровнях: на уровне фирмы, предприятия, организации, на отраслевом, региональном, международном уровнях.

Стандарты, по которым живут отдельные фирмы и организации, называются *корпоративными кодексами*. А правила, регулирующие отношения внутри целой отрасли, – *профессиональными кодексами*. Профессиональная деятельность в области туризма протекает в виде исполнения соответствующих должностных обязанностей в рамках сотрудничества с другими ее участниками, связана с ответственностью за результат, требует специальной подготовки. Однако профессиональная позиция, как мы знаем, зависит от его профессионально-нравственных представлений, убеждений и чувств, уровня их представленности в сознании специалиста.

Под профессионально-этическими принципами деятельности мы будем понимать предельно общие ориентиры профессиональной деятельности, указывающие на общую стратегию профессионального поведения, но не регламентирующие порядок конкретных операций. Они носят универсальный характер, формулировки их в разных кодексах несколько отличаются друг от друга, однако суть совпадает, поэтому они вполне могут претендовать на роль методологической базы профессионально-нравственного поведения.

• *Принцип первый*: соблюдать приоритет общественных интересов и общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми, проявляя во всех случаях профессионального поведения гражданскую зрелость.

• *Принцип второй*: соблюдать международные правовые акты и законы своей страны, соблюдать права человека, проявляя уважение к демократическим институтам общества.

• *Принцип третий*: соблюдать общепринятые нормы морали, а также стандарты культуры взаимоотношений, проявляя глубокую человеческую порядочность, воспитанность, уважение к чести и достоинству личности.

• *Принцип четвертый*: выполнять все профессиональные действия обдуманно, честно, тщательно, проявляя добросовестность и настойчивость, а при необходимости – мужество.

Подчеркнем еще раз: особенностью профессионально-нравственных принципов является их универсальный характер. Это профессиональные нравственные заповеди, следуя которым никогда не забудешь о чувстве ответственности, не уронишь своего профессионального достоинства, не запятнаешь профессиональной чести, будешь жить в ладу с профессиональной совестью.

Доминирующими в профессиональной морали специалистов по туризму являются отношения с клиентами – потребителями туристских услуг. Добавим к ним отношения с коллегами, партнерами, конкурентами, сотрудниками сопутствующих предприятий и т.д. На чем строятся эти отношения? Какими нормами регулируются эти отношения в наше время и насколько эти нормы помогают установить оптимальный режим взаимодействия производителя и потребителя туристской услуги?

Анализ профессионально-этических документов в области туризма, научных трудов по профессиональной этике, высказываний производителей и потребителей туристских услуг позволяет сделать вывод о том, что определяющими в группе отношений «производитель-потребитель» являются нормы, содержащие следующие требования – ориентиры:

- **Уважать право** каждого человека на отдых и досуг, а также право свободно передвигаться без ограничений, кроме тех, которые предусмотрены законом.

- **Всемерно содействовать** развитию внутреннего и международного туризма, организации отдыха на благо всех тех, кто им пользуется.

- **Уважать право потребителей** на получение качественного турпродукта.

- **Уважать моральные ценности и культурные стандарты людей**, не допускать высказываний и поведения, оскорбляющих национальные, религиозные или нравственные чувства человека

- **Беречь свою профессиональную репутацию, укреплять доверие людей к сфере предоставления туристских услуг**, содействуя открытому диалогу с потребителями, публично принимая справедливые претензии общественности к своей деятельности, оперативно исправляя существенные ошибки, не допуская намеренного манипулирования сознанием потребителя, а также дезориентации его в мире туристских услуг посредством рекламной и маркетинговой деятельности.

- **Соблюдать разумные интересы клиента.** Под разумными понимаются интересы: а) находящиеся в компетенции сервисных организаций; б) не противоречащие законодательству и общественной морали; в) объективно выполнимые.

Перечень этих требований-ориентиров, конечно же, не исчерпывает всех представлений профессионального сознания специалистов по туризму, касающихся возможностей оптимизировать взаимодействие с клиентами и коллегами. Мы говорим лишь о тех, которые служат непосредственно реализации профессиональной позиции и профессионально-нравственных принципов таких специалистов. Они помогают им в ситуациях морального выбора остановиться на действиях, которые не наносят адресату туристской услуги существенного вреда.

Процесс кодификации норм поведения и внутригруппового контроля за их соблюдением напрямую связан с престижем и авторитетом профессии. Туризм представляет собой мощный фактор обеспечения мира и укрепления дружбы и взаимопонимания между народами нашей планеты, представляющими различные культуры и образы жизни.

В статье № 3 «Устава Всемирной туристской организации» [1] сформулирована ее основная цель – содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии. Принимая во внимание быстрый и постоянный рост туристской деятельности с рекреационными, деловыми, культурными, религиозными, оздоровительными и другими целями, необходимо отметить ее мощные положительные и отрицательные воздействия на окружающую среду, экономику и общество, как направляющих, так и принимающих стран, на местные сообщества и коренные народы, а также на международные отношения и торговлю.

В 1985 г. на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации была одобрена «Хартия туризма» [2], содержащая 14 статей, из которых последние 5 статей образовали «Кодекс туриста».

1 октября 1999 г. на Генеральной ассамблее в г. Сантьяго (Чили) членами Всемирной туристской организации был принят «Глобальный этический кодекс туризма» [3], 10 статей которого освещают основные стандарты и нормы, регулирующие профессиональные отношения в туристской деятельности.

Какие же видимые результаты формирования профессиональной этики в туристской деятельности мы имеем?

Во-первых, «отстоялся», «выпал в осадок» пласт профессионально-нравственных представлений, в которых отражаются объективно сложившиеся обязанности специалистов по туризму перед обществом и объективно необходимые качества продукта их деятельности. Об этом говорят содержание «Устава всемирной туристской организации», «Глобального этического кодекса туризма», «Манильской декларации по мировому туризму», «Хартии туризма», «Кодекса туриста» и др. документов.

Во-вторых, определились алгоритмы, т.е. сложившиеся в практике правила действия профессиональной морали и формы влияния профессиональной общности на своих членов. Об этом свидетельствуют прецеденты из практики туристской деятельности в разных странах мира.

В-третьих, в общих чертах обозначился своеобразный профессионально-нравственный облик специалиста по туризму. Для него характерен достаточно высокий уровень общей моральности, глубокая преданность профессиональному долгу и острое чувство профессиональной ответственности.

Формулировка принципов и норм взаимодействий в сфере туризма не означает, что ситуация в туристской деятельности имеет идеальный характер, коллективы навсегда избавились от неумелых или недобросовестных сотрудников, а конфликты морального свойства полностью исчерпали себя. Дело в другом: наиболее жизнеспособными оказываются организации, в которых устанавливается профессионально-нравственный климат, стимулирующий уважительное отношение членов коллективов к профессиональным стандартам поведения. В этом – средство укрепления престижа профессии и личного престижа. Пренебрежение профессиональными стандартами оборачивается при таком положении для нарушителя существенными потерями и в моральном, и в материальном плане.

Справедливости ради надо сказать, что в реальной деятельности складывается практика избирательного отношения к нормам этики, рождающее терпимость к нарушениям некоторых из них. Например, это касается нарушения этических норм при получении и использовании информации. Однако в целом мировому предпринимательскому сообществу присуща довольно ярко выраженная тенденция. Для тех корпораций, уровень профессионально-нравственной зрелости которых достигает высшей отметки, следование профессиональным стандартам становится самоценным. В ситуациях морального выбора этичность поведения оказывается предпочтительней, даже если она не ведет к экономическому успеху. Иными словами, профессионально-нравственные мотивы у них доминируют в структуре мотивации деятельности, «перевешивая» материальный интерес.

К сожалению, ни одно из вышеперечисленных обстоятельств для нашей туристской деятельности пока не характерно, хотя кодексы, как видим, имеются. Сказать, что они уже «работают», значит серьезно погрешить против истины. Даже если профессиональный этос, т.е. набор фактически действующих в туристской практике неcodифицированных норм, существует, то этическая рефлексия в сознании сотрудников представлена минимально. Кроме того, затруднено выделение специфических этических проблем в профессиональной деятельности, в сознании специалистов смешаны представления об этических и правовых нормах и механизмах их реализации. Им пока не хватает стратегий личного профессионального выбора, отсутствуют навыки принятия автономных решений в непростых профессиональных ситуациях, когда надо полагаться на личную ответственность или собственный риск.

Как следствие, возможно возникновение противоречивых конфликтных ситуаций в сознании участников туристской деятельности. Она, в частности, заключается во взаимоисключающих требованиях к этическому профессиональному Кодексу. С одной стороны, традиционное мышление «должностного лица» испытывает потребность в получении авторитарных инструкций, выполнение которых гарантирует «правильное» поведение в ситуациях этического выбора, избавляет от необходимости принятия на себя моральной ответственности за собственные действия. С другой – профессиональное поведение специалиста по туризму неразрывно связано со способностью и умением осознанно совершать личный выбор в ситуациях, не поддающихся правовому регулированию. Острота такого внутреннего конфликта обусловлена также размытостью, неопределенностью этической ориентации.

Все это весьма прискорбно сказывается на практике туристской деятельности в России. Возникла гипертрофия товарных отношений в сфере туризма, повлекшая за собой ориентацию на доходность во что бы то ни стало. При этом наблюдается значительное несоответствие уровня и пакета услуг, предлагаемых потребителю, международным требованиям и стандартам. Мы найдем множество объективных причин, объясняющих такое положение дел: сложная и нестабильная экономическая ситуация в стране; невысокие доходы населения, рост транспортных тарифов и цен на путевки; наличие одного из самых низких в мире показателей туристской подвижности населения; преобладание среди российских турфирм компаний, осуществляющих лишь перепродажу готового туристского продукта; отсутствие достаточного опыта, знаний, финансовых возможностей для того, чтобы противостоять конкуренции со стороны давно и устойчиво работающих на международном рынке туристских компаний; увеличение числа иностранных компаний, занимающихся туризмом на российском рынке и т.д.

Однако есть еще одно очень важное обстоятельство. Речь идет о снижении роли морального фактора в профессиональной деятельности таких «специалистов». Именно нравственная ответственность встает на пути непредсказуемой по последствиям «погони за прибылью» в ущерб потребителю, в ущерб профессиональному сообществу. Без должной этической культуры представителей сферы сервиса и туризма невозможно и экономическое возрождение этой отрасли.

Мы часто слышим: «дело чести врача», «дело чести ученого», «дело чести педагога» и т.п. В этих высказываниях уже на уровне обыденного сознания акцентируется соответствие профессии общему нравственному закону по главному основанию – качеству выполнения профессионального долга. О специалисте, который высоко несет свою профессиональную честь, неизменно складывается устойчивое

одобрительное общественное мнение. Чаще всего оно принимает форму *репутации* – спонтанно определившейся и широко распространенной высокой оценки его профессионально-нравственного облика. Репутация специалиста – это реакция общества на результаты его профессиональной деятельности.

Дело чести специалиста по туризму – содействие развитию ответственного, устойчивого и доступного туризма в рамках реализации прав, которыми обладают все люди в плане использования своего свободного времени для отдыха и путешествий. Ключевой показатель качества туристской продукции – соблюдение любых обязательств, взятых на себя в рамках профессиональной деятельности, и удовлетворенность клиентов турпродуктом.

Туристские организации, сообразуясь с представлениями о профессиональной чести, должны соглашаться с установлением определенных ограничений и пределов на свою деятельность. Например, профессионалы сферы туризма в той степени, в которой это от них зависит, должны заботиться о безопасности, предотвращении несчастных случаев, охране здоровья и гигиене питания для лиц, обращающихся за их услугами. Они должны обеспечивать надлежащие системы страхования и помощи, брать обязательство отчитываться в соответствии с условиями, предусмотренными в их национальном законодательстве, и предоставлять справедливую компенсацию при невыполнении своих договорных обязательств.

Профессионально-нравственное становление специалиста по туризму – процесс не одномоментный, оно предполагает тесное взаимодействие с профессиональной средой. Стандарты поведения, на которые ориентирует профессиональная мораль, могут быть труднодостижимы по разным причинам: недостаточно высокий уровень моральности претендента на освоение профессии, его недостаточная коммунибельность или мобильность, неблагоприятная атмосфера в коллективе. Тогда возникает проблема адаптации, приспособления индивидуальных свойств личности к тем или иным профессионально-нравственным условиям. Но это необходимая часть пути к профессионализму, преодолев которую, специалист обретает способность управлять своим профессиональным поведением в достаточно сложных ситуациях.

Осваивая в ходе профессионального становления постулаты профессиональной морали, человек вступает с коллегами в профессионально-нравственные отношения, которые предполагают организованное и непосредственное вмешательство корпорации в его поведение. Корпоративное вмешательство существенным образом отличается от административного воздействия, поскольку цель его – не принуждение, а побуждение. Внимание корпорации к поведению того или иного специалиста предполагает помощь ему в осознании связей между ним как членом профессионального сообщества и обществом, между его деятельностью и жизнью социума, между профессионально-нравственными ценностями и моральными ценностями общества.

В свою очередь, профессиональная мораль оказывается средством укрепления внутрикорпоративных связей, стимулом к дальнейшему развитию туристской деятельности.

Список использованных источников и литературы

1. Устав Всемирной туристской организации – URL: http://www.profsporttur.ru/docs2/d_02.php
2. Хартия туризма – URL: <http://www.terralegis.org/terra/act/b471.html>
3. Глобальный этический кодекс туризма – URL: <http://www.vot-bilet.ru/guide/law/etika/>

ФЕНОМЕН НОВЫХ РЕЛИГИЙ ВЬЕТНАМА В ЗЕРКАЛЕ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА

Тихонова Г.Ю., к.ф.н., доцент; До Тхи Хань, Нгуен Зиеу Линь, студенты
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современная религиозная жизнь демонстрирует огромное разнообразие доктрин и организационных форм. Коммерциализация религии, удивительный, казалось бы, логически невозможный синкретизм, стремление использовать новейшие коммуникационные технологии, попытки синтеза науки и религии, появление «альтернативной науки», активное участие религиозных организаций в глобализационных процессах – все это свидетельствует о том, что религия вполне органично вписывается в новый, меняющийся мир и соседствует с глобальной рыночной экономикой и научно-техническим прогрессом. И не только соседствует, но и эффективно использует предоставляемые ими возможности.

Так министерство культуры, спорта и туризма Вьетнама разработало программу развития туризма на 2013 год, где наряду с традиционными видами туризма (санаторный отдых, экскурсии и т.п.) развиваются и специальные: туризм религиозного характера, связанный как с традиционными религиями – посещение буддийских храмов и пагод, католических соборов и мусульманских мечетей, памятников индуизма на территории бывшего государства Чампа (современный Центральный Вьетнам) и так туризм религиозного характера, связанный «религиями нового века» – каодаизмом и хоа-хао. В начале марта 2013 года Вьетнам был признан организацией Go Asia (ассоциация туризма в Германии)

как второе по популярности место в Азии, до этого страна входила в десятку наиболее привлекательных мест на ведущем британском сайте iWantSun, который посвящен туризму.

Каодаизм (Дай Дао Там Ки Фо До) – это пример попытки создать идеальную религию путем сочетания светских и религиозных философий Востока и Запада. Результатом явилась красочная и эклектичная смесь, включающая части большинства религиозных философий, известных во Вьетнаме в начале XX столетия – буддизма, конфуцианства, даосизма, естественного вьетнамского спиритизма, христианства и ислама.

Термин «Каодай», который дословно означает «высокая башня или дворец», используется для обозначения Бога. Каодаизм был официально объявлен религией в 1926 г. Многие из первых последователей являлись вьетнамскими служащими французской колониальной администрации. К середине 1950-х годов каждый восьмой южновьетнамец был каодаистом, а «новая религия» стала известна во всем мире благодаря своему своеобразию. Каодаизм имеет самые сильные позиции в провинции Тэйнинь и в Дельте Меконга, однако каодаистские храмы можно увидеть повсюду в южном и центральном Вьетнаме. Сегодня, по оценкам, имеется три миллиона последователей каодаизма.

Многое из учения Каодай взято из положений махаяна-буддизма, смешанных с элементами даосизма и конфуцианства (вьетнамская «Тройная религия»). Этика Каодай основана на буддийском идеале «хорошего человека», однако она также включает традиционные вьетнамские запреты и наказания. Конечная цель последователя каодаизма состоит в том, чтобы избежать цикла перерождения. Это может быть достигнуто соблюдением человеком некоторых заповедей, включая, прежде всего, запрещение убийства, лжи, роскоши, чувственности и воровства.

Согласно каодаизму, история разделена на три главных периода божественного откровения. В течение первого периода правда Бога была открыта человечеству через Лаоцзы и лиц, связанных с буддизмом, конфуцианством и даосизмом. Людьями-представителями откровения во время второго периода были Будда (Сакьямуни), Мохаммед, Конфуций, Иисус и Моисей. Каодай считает, что сообщения были извращены из-за человеческой порочности мессий и их учеников. Она также считает, что эти откровения были ограниченными и предназначены для использования людьями только в течение определенного периода жизни мессий.

Каодаизм считает себя «Третьим союзом между Богом и Человеком», третьим и заключительным откровением. Верующие считают, что каодаизм избежал неудач первых двух периодов, потому что он основан на божественной правде, передаваемой через духов, которые являются посланцами спасения и учителями веры. Духами, с которыми общается Каодай, являются умершие руководители Каодая, патриоты, герои, философы, поэты, политические лидеры и воины, также как и обычные люди. Среди тех, с кем входят в контакт – Жанна Д'Арк, Рене Декарт, Уильям Шекспир (который не выходил на контакт с 1935 г.), Виктор Гюго, Луи Пастер и Владимир Ильич Ленин. Из-за своих частых явлений медиумам Каодай в миссии в Пномпене, Виктор Гюго посмертно был назван главным духом иностранных миссионеров.

Общение с духами происходит на вьетнамском, китайском, французском и английском языках. Методы получения сообщений от духов показывают влияние как восточно-азиатского, так и западного спиритизма на спиритические обряды Каодай. Каодай также использует то, что известно как пневматография (духография), когда чистый лист бумаги запечатывается в конверте и вешается над алтарем – когда конверт снимают и открывают, то на бумаге имеется сообщение.

Каодай считает, что вегетарианство является полезным для человечества, так как оно не наносит вред другим существам в процессе их духовного развития. Она также считает вегетарианство одной из форм самоочищения. Имеются несколько различных вегетарианских постов, которым следуют последователи Каодай. Наименее строгий предусматривает вегетарианское питание шесть дней в месяц. Священники должны быть вегетарианцами всегда.

Духовенство (кроме самого высокого ранга) открыто для свободного общения, как для мужчин, так и женщин, хотя, когда служители – мужчины и женщины, одного ранга служат в одном и том же месте, то мужское духовенство является главным. Священнослужители-женщины носят белые одежды и к ним обращаются с приставкой «хьонг», что означает «благоухающая». К мужскому духовенству обращаются с приставкой «тхань», что означает «пречистый».

Храмы Каодай построены так, что мужчины и женщины входят в них с противоположных сторон – женщины слева, а мужчины справа. Во всех храмах Каодай проходят четыре ежедневных церемонии, которые проводятся в 6 утра, полдень, 6 вечера и полночь. Эти ритуалы, во время которых служители носят церемониальное платье и шляпы, включают предложение благовоний, чая, алкоголя, фруктов и цветов. Все алтари Каодай имеют сверху «божественный глаз», который стал официальным символом религии после того, как Нго Минь Чьеу (основатель религии) увидел его в видении, находясь на острове Фукуок.

Интерес к каодаизму растет и за счет развития туристической отрасли во Вьетнаме. Недаром большой храм в Тейнине является второй крупнейшей туристической достопримечательностью на юге Вьетнама. Некоторые каодаисты работают в сфере туризма и гостиничном бизнесе и приглашают иностранцев, путешествующих по Вьетнаму, посетить храм в Тейнине и другие исторические

памятники, имеющие отношение к каодаизму. Провинция Тэйнинь является местом зарождения каодаизма во Вьетнаме. Именно там находится «сердце» каодаизма: Священный престол и Священный город, а также главный храм. Священный город площадью около 20,328 гектар делится на 18 районов, находящихся в ведении церкви. Население священного города насчитывает 150 тысяч адептов. Именно туда проложен туристический религиозный маршрут. Что же предстает перед глазами туристов?

Папский престол Каодай, учрежденный в 1926 г., находится в 4 км к востоку от Тэйнинь в деревне Лонгхоа. Этот комплекс состоит из Большого храма Каодай (Тхань Тхат Као Дай), административных зданий, места жительства служителей и послушников, а также больницы традиционной вьетнамской медицины, куда приходят люди со всего юга Вьетнама. Молитвы проводятся четыре раза в день в Большом храме, хотя они могут и прекращаться во время Тета (вьетнамского Нового года по лунному календарю). В будни лишь несколько сотен священников участвует в службе, тогда как во время праздников на них может присутствовать несколько тысяч священников, одетых в особые белые одежды. Духовенство Каодай не возражает против фотографирования туристами объектов внутри храма, однако нельзя фотографировать людей без их разрешения, которое редко дается, но можно туристам фотографировать во время службы с верхнего балкона. Важно, чтобы туристы были одеты скромно и не вызывающе (никаких шорт или футболок без рукавов), находясь внутри храма, и лучше иметь сандалии, чтобы снять их перед тем, как войти в храм.

Над передним портиком Большого храма находится «божественный глаз». Американцы-туристы часто говорят, что он выглядит так, как если бы был скопирован с обратной стороны однодолларовой купюры. Женщины-верующие входят в Большой храм через дверь в основании башни слева. Войдя внутрь, они идут вдоль внешней стороны колонного зала по часовой стрелке. Мужчины входят справа и идут по залу против часовой стрелки. Обувь и шляпы должны быть сняты перед входом в здание. Место в центре святилища (между колоннами) предназначено для священников Каодай.

На фреске в переднем зале у входа изображены три стороны, подписавшие «Третий Союз между Богом и Человеком». Китайский государственный деятель и революционный лидер доктор Сунь Ятсен (1866-1925 гг.) держит тушечницу, в то время как вьетнамский поэт Нгуен Бинь Кхием (1492-1587 гг.) и французский поэт и писатель Виктор Гюго (1802-1885 гг.) пишут надписи «Бог и Человечество» и «Любовь и Справедливость» на китайском и французском языках. Виктор Гюго использует ручку, а Нгуен Бинь Кхием кисть для письма. Рядом находятся слегка отличающиеся версии надписей на английском, французском и немецком языках, объясняющие основные принципы каодаизма.

Большой храм состоит из девяти уровней, которые символизируют девять шагов к небесам. Каждый уровень отмечен парой колон. В дальнем конце святилища находятся восемь гипсовых колон, украшенных переплетенными разноцветными драконами, поддерживающие купол, символизирующий, как и остальная часть потолка, небеса. Под куполом находится украшенный звездами гигантский синий земной шар с «божественным глазом» на нем. Именно эта необычность устройства алтаря самого крупного храма привлекает туристов, рассматривающие «новую» религию как нечто экзотическое.

Самый большой из семи стульев, находящихся перед земным шаром, предназначен для папы Каодай – место, которое остается вакантным с 1933 г. Следующие три стула – для трех лиц, отвечающих за религиозные книги. Оставшиеся стулья – для лидеров трех ветвей каодаизма, которые обозначены желтым, синим и красным цветом.

По обе стороны места между колонами находятся две кафедры для проповедников, подобные минбарам (трибуна), используемым в мечетях. Во время праздников кафедры проповедников используются священниками для обращения к верующим. Верхние балконы используются тогда, когда внизу все места заполнены людьми.

Над алтарем находятся едва заметные портреты шести лиц, важных для каодаизма: Шакьямуни (Сиддхарта Гаутама, основатель Буддизма); Ли Тай Бать (Ли Тайбай, фея в китайской мифологии); Кхуонг Ты Ня (Цзян Тайгун, китайский святой); Лаоцзы (основатель Даосизма); Куан Конг (Гуаньгун, китайский Бог Войны); и Куан Эм (Гуаньинь, Богиня Милосердия).

Чтобы получить место на карте крупнейших мировых религиозных учений и туристических маршрутах, каодаисты не только принимают участие в научных и религиозных конференциях и межконфессиональных диалогах, но и переводят, и публикуют материалы на английском, французском, немецком и японском языках, которые были бы интересны туристам. Также они весьма активны в сети Интернет и средствах массовой информации, в том числе и на телевидении. Выступая, в своих обращениях к людям, каодаисты говорят, «что их вере предназначено великое будущее: она распространится не только в Азии, но станет со временем единственным вероучением во Вселенной». Сотни каодаистских храмов разбросаны по всему Вьетнаму, большинство из них сосредоточено в сельской местности южного и центрального Вьетнама. В результате массового потока беженцев из Вьетнама с 1975 года каодаизм распространился и на территории других стран: США, Канада, Франция, Англия, Германия, Австралия и др. страны.

Список использованных источников и литературы

1. Глазкова Е.А. Каодаизм в современном мире // Ойкумена. – 2010. – № 1. – с. 18-29

2. Колотов В.Н. Сайгонские режимы: религия и политика Южного Вьетнама (1945-1963). – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2001. – 308 с.
3. Новые религиозные движения. Современные нетрадиционные религии и эзотерические учения: учебное пособие / Е.Э. Эгильский, А.В. Матецкая, СИ. Самыгин. – М.: КНОРУС, 2011. – 224 с.
4. О религии Вьетнама – URL: <http://www.nhat-nam.ru/kaodai.html>
5. Религия каодай – URL: <http://www.vietnam4you.ru>
6. Христов Т.Т. Религиозный туризм. Учебное пособие. – М.: Академия, 2008. – 288 с.
- 7.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СПОРТИВНО-ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

Фалеев Д.А., преподаватель

Академия федеральной службы исполнения наказаний России

Темпы роста объема физкультурно-спортивных и сопутствующих услуг, как нам представляется, должны быть тесно коррелированы не только по наличию и повышению размеров ресурсопотребления, но и со спортивно- рекреационными ресурсами, имеющими некоторые ограничения по использованию в рамках данного федерально-окружного, краевого, областного либо муниципального образования. Обеспеченность населения различных регионов России физкультурно-спортивными сооружениями (таблица 1) в соответствии с социальными нормами колеблется по залам от 2,4% (Красноярский край) до 31,2% (Республика Саха (Якутия), по бассейнам – 0,1 % (Костромская область) до 8,0% (Москва) [1]. Однако эти показатели отражает лишь физкультурно-спортивную обеспеченность регионов и не показывает туристский потенциал регионов.

Таблица 1. «Обеспеченность населения некоторых регионов России и г. Москвы физкультурно-спортивными сооружениями в соответствии с социальными нормами» (%)

Регионы	Залы	Бассейны	Плоскостные сооружения
Алтайский край	17,5	2,7	87,0
Архангельская область	20,1	5,1	65,7
Астраханская область	20,2	5,9	47,8
Брянская область	27,2	3,1	84,9
Владимирская область	15,6	2,6	23,6
Волгоградская область	20,6	4,8	71,3
Вологодская область	17,9	4,2	52,3
Ивановская область	19,2	2,8	59,5
Иркутская область	19,4	6,6	49,2
Калининградская область	23,6	4,4	72,7
Кемеровская область	17,4	1,4	22,1
Кировская область	26,2	1,3	61,0
Костромская область	11,5	0,1	12,6
Красноярский край	2,4	1,1	1,9
Москва	30,6	8,0	27,4
Московская область	16,9	5,0	39,5
Нижегородская область	14,9	3,6	43,6
Санкт-Петербург	18,3	3,4	22,6
Тверская область	19,4	2,5	73,8
Республика Саха (Якутия)	31,2	3,4	58,4

С учетом этого, приведённые данные свидетельствуют о том, что количественные и качественные характеристики спортивно-рекреационных ресурсов спортивно-туристского комплекса любого региона, города или района в процессе формирования концептуальных направлений его социально-экономического развития и рационального, эффективного использования последних в средне- и долгосрочном периоде времени, на наш взгляд, имеют существенное значение, что подтверждается повышением спроса на рекреационные туры.

Согласно мнению ведущих отечественных и иностранных специалистов с экономической точки зрения физическую культуру и спорт правомерно рассматривать как вид общественно полезной деятельности по оказанию разнообразных услуг, относящейся к непроизводственной сфере и поэтому прямо не участвующей в создании материального продукта.

Производство и предоставление физкультурно-оздоровительных, спортивных и сопутствующих им услуг, предполагают обеспечением этой деятельности целым рядом условий материально-технического, организационного и кадрового характера, а именно: развитие сети физкультурно-спортивных сооружений; организацию обслуживания их посетителей во время учебно-тренировочных

занятий, спортивных соревнований и зрелищных мероприятий; профессиональную подготовку, усовершенствование и переподготовку кадров; проведение научно-исследовательской работы; производство и реализацию спортивных товаров и инвентаря, ремонт и прокат спортивного инвентаря и др. Названные виды деятельности обеспечиваются организациями (предприятиями) разной формы собственности, отличающихся принадлежностью к разным сферам народного хозяйства и располагающими различными физкультурно-спортивными сооружениями (стадионы, дворцы спорта, спортивные залы, манежи, бассейны и т.д.), на базе которых функционируют спортивные клубы, физкультурно-спортивные комплексы, различные типы спортивных школ, учебно-тренировочные центры и др.

В настоящее время создание регионального спортивно-туристского комплекса затруднено отсутствием набора измеримых показателей, позволяющих четко определять задачи и перспективы его развития. Экономические причины являются источниками следующих региональных особенностей при создании регионального спортивно-туристского комплекса:

- интенсивность строительства новых спортивных объектов;
- широта охвата спортивными услугами;
- наличие туристского потенциала регионального спортивно-туристского комплекса.

С учетом указанных особенностей, по нашему мнению, в настоящее время необходимо разработать механизм формирования регионального спортивно-туристского комплекса, который будет учитывать следующие аспекты:

А) Субъекты управления:

- курортный модуль;
- спортивный модуль;
- развлекательный модуль;

Б) Инфраструктура:

- географическое положение;
- природные условия;
- условия объектов;

В) Ресурсное обеспечение:

- административные ресурсы;
- организационные (трудовые) ресурсы;
- финансовые ресурсы;
- производственные ресурсы;

Г) Модель управления:

- кластерная;
- сетевая;
- территориальная.

Е) Методика эффективности.

Для оценки эффективности формирования регионального спортивно-туристского комплекса также необходимо учитывать региональную специфику:

А) Параметры обеспеченности населения региона по элементам регионального физкультурно-спортивного комплекса:

- плотность занимающихся на объектах;
- инструкторовооруженность;
- инструктороёмкость;
- ассортиментоёмкость по видам спорта;
- коэффициент охвата;
- возрастная структура;
- финансовая доступность;
- территориальная доступность;
- статистические показатели физических параметров спортивных объектов;
- дисперсия плотности инструкторообеспеченности [1];

Б) Затраты на пропаганду туризма и спорта по источникам:

- федеральные;
- региональные;
- смешанные в форме государственно-частных партнерств.

В) Затраты на продвижение регионального спортивно-туристского комплекса по видам:

- реклама в российских и международных изданиях;
- промо-акции и рекламные туры;
- иные виды рекламы и продвижения.

Список использованных источников и литературы

1. Дьяков М.М. Основные региональные особенности создания физкультурно-спортивного комплекса // Актуальные экономико-правовые проблемы современной экономики России. – Вып. 4. – М.: ИНИОН РАН, 2008.

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В РОССИИ С ПОМОЩЬЮ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И РЫНОЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕГУЛЯТОРОВ

Хабибуллин Д.Р., аспирант

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Рассматриваем две концепции государственного регулирования сферой услуг – коммунитарная и индивидуалистская [1.С.244], представленные в работах зарубежных авторов. При применении коммунитарной концепции правительство использует, в основном, прямые административные методы государственного управления, организация системы государственного управления жестко централизованная или децентрализованная.

Тип организации определяется правительством согласно избранному им направлению развития общества. Основная цель деятельности правительства – удовлетворение потребностей населения в долго- и краткосрочной перспективе. Примером существования системы государственного управления, построенной по коммунитарной концепции, является Япония. Государственному управлению экономикой Германии коммунитаризм свойственен в большей степени, чем экономике Великобритании, но в меньшей, чем Японии. Специалисты выделяют отдельно японо-немецкую модель [2.С.15].

Основу индивидуалистской концепции составляют противоположные положения. Государство, в лице правительства, вмешивается в экономическое развитие сферы услуг в том случае, когда это нужно для обеспечения национальной безопасности. Главная цель деятельности правительства появляется в защите субъектов разных форм собственности, контроля за соблюдением активного и свободного характера конкуренции. Органы государственного управления используют преимущественно не прямые, экономические методы государственного управления.

Основу реформы государственного управления в Великобритании составляет приоритетность модели частного сектора. Ориентация системы государственного управления на эту модель обусловила организационные изменения в системе.

Проанализированы направления развития сферы услуг в России. Основными проблемами, которые нуждаются в особом внимании как законодательной, так и исполнительной власти являются: совместное использование государственных и рыночных регуляторов в регулировании услуг, направленных на обеспечение прозрачных, одинаковых «правил игры», последующего привлечения общественности к участию в формировании государственной политики; определение состояния развития предпринимательства в сфере услуг и критериев оценки эффективности социально-экономической политики местных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления; формирование гибкой, эффективной системы финансово-кредитной поддержки субъектов предпринимательства в сфере услуг, внедрение государственных гарантийных схем для получения кредитов.

С целью повышения эффективности политики в сфере предпринимательской деятельности на рынке услуг целесообразно осуществить ряд мер, в частности: завершение процессов систематизации нормативно-правовой базы по регулированию предпринимательской деятельности; обеспечение соблюдения установленных процедур подготовки и принятия нормативных актов, регулирующих сферу услуг, нормативно-правовое ограничение дискреционных полномочий государственных служащих относительно регулятивного и контролирующего вмешательства в предпринимательскую деятельность.

Определены основные функции сосуществования государственных экономических регуляторов и рыночных экономических регуляторов в сфере услуг и их воздействия на экономику:

- создание, принятие и контроль над процессом выполнения хозяйственного законодательства;
- установление приоритетов в сфере макроэкономической политики; создание определенных условий качественного и достойного функционирования рынка;
- разрешение большинства экономических проблем, которые невозможно решить силами традиционного рыночного механизма [3.С.17-21].

Таким образом, определены задачи государственного регулирования сферы услуг в совокупности с рыночными методами, к которым относятся:

1. Приоритет в сфере совершенствования законодательства, которое может обеспечивать правовую основу деятельности предпринимателей, а также защиту их главенствующих интересов.
2. Создание и поддержание в надлежащем состоянии оптимальной общеэкономической пропорции.
3. Развитие отраслевой структуры экономики, государственная поддержка базовых и иных отраслей промышленности.
4. Достаточное сочетание текущего и перспективного направления развития экономики: структурно-инвестиционная и научно-техническая политика.

5. Организация благоприятных условий с целью накопления капитала.

Список использованных источников и литературы

1. Добрынин А.И., Тарасевич Л.С. Экономическая теория. – СПб: Питер, 2004. – 544 с.
2. Долан Э. Рынок: микроэкономическая модель: [пер. с англ. В. Лукашевича] / Э. Долан, Д. Линдсей. – СПб, 1992.
3. Котц Дэвид. Либеральная модель и темпы роста в долговременном аспекте // Проблемы теории и практики управления.– 2004. – №4.

УЧЕБНАЯ МИГРАЦИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПОДХОД В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ ВУЗОВ

Шпет Е.Н., аспирант

Томский государственный педагогический университет

Миграция – социальное явление, существовавшее с древних времен. Можно сказать, сколько существует человек, столько существует и миграция. Первое определение миграции населения или миграционной мобильности было дано лишь в 1885-1889 гг. Э. Равенштейном в рамках созданной им в 1880 году теории миграции населения. Он определяет миграцию как постоянное или временное изменение местожительства человека.

Согласно определению толкового словаря С. Ожегова, миграция (от лат. *migratio*) означает переселение, перемещение. Стоит отметить, что эти термины не синонимичны. В широком значении миграция представляется как «территориальные перемещения, совершающиеся между разными населенными пунктами одной или нескольких административно-территориальных единиц, независимо от продолжительности, регулярности и целевой направленности». Таким образом, к миграции можно отнести эпизодические, маятниковые и временные виды миграции: [см.2.С.145]. Наиболее интересным видом нам представляются маятниковые виды миграции, которая может осуществляться с целью учебы, так называемая учебная (образовательная) миграция, практически все виды туризма. Временные виды миграции это, главным образом, перемещение трудоспособного населения к местам временной работы и жительства одновременно, как правило, на срок не более нескольких месяцев [см.2.С. 4].

Данный вид миграции нам наиболее интересен, в связи с существующим спросом на обучение за рубежом. С 2009 года планирование и реализация программ академической мобильности осуществляется по приоритетным направлениям развития ТПУ как Национального исследовательского университета на 2009–2018 годы. Ежегодно более 300 студентов, обучающихся в ТПУ, принимают участие в программах международной академической мобильности [3]. Кроме того, Федеральная миграционная служба РФ в своей концепции государственной миграционной политики РФ в области содействия развитию внутренней миграции населения Российской Федерации упоминает пункт, гласящий о создании необходимой поддержки учебной миграции российских граждан, в том числе в целях получения образования и переквалификации по профессиям, наиболее востребованным на рынке труда [см.4]. Таким образом, мы видим, что интерес к получению образования за рубежом нарастает не только со стороны отдельных участников образовательного процесса, но и со стороны государства.

Проведенное анкетирование среди студентов ТПУ показало, что только 18 человек из 100 опрошенных проходили обучение за рубежом по различным программам во время обучения в ТПУ. В качестве мотивации такого обучения они отмечали повышение уровня владения иностранным языком (14 чел.), приобретение профессиональных навыков по своей специальности (11 чел.), поиск новых друзей (2 чел.). Преимуществами обучения в иностранном вузе студенты назвали повышение (совершенствование) уровня владения иностранным языком (83 чел.). 39 опрошенных убеждены, что обучение за границей поможет повысить профессиональный уровень, а также и собственную конкурентоспособность на рынке труда, как специалиста. На вопрос, «насколько вы считаете необходимым организацию массового обучения студентов в зарубежных вузах», мнения опрошенных разделились практически пополам: 49 человек считают, что оно необходимо, поскольку обучение в иностранном вузе-партнере даст неоценимый социальный, лингвистический, профессиональный опыт, 46 студентов склоняются к мнению, что обучение в зарубежном вузе не помешает в дальнейшей карьере. И 5 студентов уверены, что образование в российском вузе ни в чём не уступает зарубежному.

Согласно данным анкетирования можно сделать вывод, что студенты проявляют желание и интерес к обучению за границей, считая, что это не только важный для каждого процесс социальной адаптации, но и хорошая возможность овладеть иностранным языком, находясь в языковой среде. Будучи студентами, они задумываются о своей карьере и конкурентоспособности, как специалистов на рынке труда.

Стоит отметить, что те студенты, которые не обучались за границей по какому-либо виду программ, считают своей мотивацией, в основном, повышение уровня владения иностранным языком. Проведенное интервью с участницей программы обмена, выпускницей ТПУ Ольгой Самохиной,

показало, что обучение в зарубежном вузе оказалось полезным не только в плане лингвистической адаптации, но и в получении образовательного опыта, который реализуется в иной организации процесса обучения и новых образовательных подходах. Образовательные подходы заключаются в том, что преподавателем принимается любая идея студента или точка зрения, общение с педагогом становится более непринужденным (в том числе в силу особенностей построения диалога на иностранном языке).

✓ Непосредственно в организации обучения отсутствует четкое разграничение лекций и практических занятий – все происходит совместно, и обсуждение темы предполагается непосредственно на занятии.

«Нас разделили по группам и дали задание придумать инновации для туристов, путешествующих поездом, самолетом и автобусом. Нашей группе достались инновации для авиатристов. Мы придумывали различные способы для организации более комфортного перелета и даже разработали модель самолета, который по нашему мнению соответствует всем современным требованиям», – рассказывает Ольга Самохина.

✓ Еще одним важным моментом в организации обучения является отсутствие домашних заданий (самостоятельной внеаудиторной работы). Образовательный процесс настолько интересен, что все запоминается на занятии. Используется большое количество свежей информации, личного опыта педагогов и студентов.

✓ Активно применяется практика групповых заданий. Они помогают наладить коммуникации между студентами разных стран и тренировать языковые навыки, так как приходится не только понимать, но и обсуждать все возможные варианты внутри группы.

✓ Большое значение в образовательном процессе уделяется поиску нестандартных решений. Например, студенты получают задание найти выход из определенной ситуации. В случае с Ольгой, – как привлечь туристов, если в стране произошла какая-либо катастрофа, когда угроза для жизни людей миновала, однако туристский поток резко уменьшился.

✓ К обучению студентов привлекаются специалисты из разных стран. По словам Ольги Самохиной, один из преподавателей открыл свой университет по туризму в Гонконге, другой – работает в ЮНВТО (Всемирной туристской Организации). Поэтому учебная информация к студентам поступает из «первых рук».

Таким образом, студенты получают образовательный опыт, который способствует интенсивному личностному и профессиональному развитию, помогает найти свое призвание, открывает новые горизонты в профессии.

Подводя итоги, следует отметить, что учебная миграция является востребованной среди студентов, они осознают положительные стороны такого обучения. Студенты, обучающиеся в иностранных вузах, знакомятся с совершенно иными образовательными подходами, получают знания непосредственно от специалистов в своей области из университетов разных стран.

Список использованных источников и литературы

1. Шевалдина Е.И. Демография: современные миграционные процессы: учебное пособие. – Уфа: Уфимская государственная академия экономики и сервиса, 2006. – 101 с.
2. Практическая демография / под ред. Рыбаковского Л.Л. – М.: ЦСП. 2005. – 197 с.
3. Академическая мобильность, 2002-2013 – URL: <http://international.tpu.ru/int-projects/academic-mobility/> (13.03.2013)
4. Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации, 2013 – URL: <http://www.fms.gov.ru/law/865/details/49505/full/> (13.03.2013)

РОЛЬ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА В СТАНОВЛЕНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА

Шушунова М.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Прошедший XX век, наряду со многими феноменальными событиями и в жизни мирового сообщества, продемонстрировал чуть ли не взрывной характер развития туризма. Сегодня туризм возглавляет список важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики. Он становится стилем жизни миллионов людей на нашей планете. Его благотворное влияние на развитие политических, социальных, связей и международных отношений в мировом масштабе стало для всех фактом.

Туризм – специфический род человеческой деятельности, оказывающий сильное влияние на формирование личности. Туризм – великолепная форма развития, обучения и воспитания ребенка.

Одним из массовых видов туризма является в настоящее время детский туризм, который все шире используется как средство активного отдыха, способствующее гармоничному развитию личности, укреплению здоровья, повышения культурного уровня ребенка, разумного использования им свободного времени. Дети, вовлеченные в систему детского отдыха, быстрее обретают социальную зрелость, получают духовную и физическую закалку, активно готовятся к трудовой деятельности. В детском туризме познавательная, трудовая, общественно-политическая деятельность детей формируется в

органическом единстве, оказывая большое влияние на развитие личности ребенка и на ее связи с окружающей средой. Особенностью детского туризма является развитие самоуправления в коллективе, насыщение свободного времени детей социально значимой деятельностью, что обуславливает непрерывность воспитательного процесса. Туризм развивает у детей высокие нравственные качества – коллективизм, честность, трудолюбие, формирует чувство ответственности перед коллективом за результат своей работы и т.д. В детском туризме реализуется комплексный подход к воспитанию детей, основанный на неразрывности образовательного, воспитательного и оздоровительного процессов, духовное и физическое развитие детей, их подготовка к жизни и дальнейшей деятельности.

Детско-юношеский туризм – это средство гармоничного развития подростков и юношей, реализуемое в форме отдыха и общественно полезной деятельности, характерным компонентом которого является путешествие (экскурсия, прогулка, поход, экспедиция). Это определение, прежде всего, указывает на то, что в туризме должны интегрироваться все основные стороны воспитания: идейно-нравственная, трудовая, эстетическая, физическая, патриотическая и интернациональная, умственное развитие, политехническое образования и др. Исходя из истории развития туристской деятельности, познавательная функция в той или иной мере присуща любому туристскому мероприятию, поэтому познание для детей нового и необычного на экскурсиях, в походах, экспедициях, полевых лагерях базируется на одной из основных составляющих туристской деятельности.

Данная форма организации учебно-воспитательного процесса в детском туризме базируется, кроме вышеназванного, на теоретических основах исследовательского метода обучения в походах, который определяет деятельность руководителя детской группы при подготовке и проведении учебных мероприятий и участников похода.

Следует отметить, что при организации и проведении данной формы учебно-воспитательного процесса используется личностно-ориентированная педагогическая парадигма. В рамках этой парадигмы осуществляются следующие основные принципы и подходы к учебно-воспитательной работе в туристском лагере с отдыхающими детьми:

- личностно-деятельностный;
- диалогический или полусубъектный
- индивидуально-творческий;
- культуросообразности;
- целесообразности;
- природосообразности;
- краеведческий.

Детско-юношеский туризм для государства является средством дохода, а не средством организации досуга, развития детей. Детско-юношеский туризм стал внутри страны элитарным. Родители школьников вынуждены тратить немалые средства в большинстве случаев. В стране отсутствует регулируемый рынок в сфере детских поездок, цены раздуты, поездки осуществляются только в период высокого сезона. Ими могут воспользоваться лишь 1–3% школьников [1].

Коммерциализация детско-юношеского туризма изменяет ценностное восприятие туристической культуры у многих детей. Из-за дороговизны туристических услуг не многие родители способны отправить детей на отдых. Дети все больше посвящают свой досуг домашним посиделкам, общению с соседями, переписке с друзьями по интернету, компьютерным играм, что приводит к ослаблению культурных запросов и к росту агрессивности. Реальный объем доступных туристических услуг, предоставляемых школьникам и студентам не обеспечивает полноценного и гармоничного физического развития и укрепления здоровья подрастающего поколения [1].

В школах недостаточно уделяется внимания таким учебным гуманитарным дисциплинам как экология, эстетика, этика, а это формирует в сознании детей пренебрежительное отношение к природе, чистоте, порядку. Телевизионные же программы, показывающие большое количество фильмов ужасов, боевиков, а также многочисленные компьютерные игры откладывает в сознании детей агрессивность ко всему окружающему. Институт семьи, являясь, агентом социализации не в полной мере, выполняет функции в области привития туристической активности. Отсюда увеличивается число детей, имеющих отклонения, как в состоянии здоровья, так и в поведении.

Школьные программы не обеспечивают систематического общения детей с природой, что не позволяет формировать опыт поведения в природной среде на основе соблюдения правовых и этических норм, а следовательно, полноценно воспитывать такое важнейшее гражданское свойство личности, как способность активно действовать по защите, уходу, улучшению окружающей среды [1].

В настоящее время развитие детско-юношеского туризма является актуальной темой для общества и как социальный феномен играет как никогда важную роль непосредственно в жизни и здоровье детей. Именно подрастающее поколение является центром внимания, тем «ядром», которое формирует общество, закладывает фундамент будущего [1].

Детско-юношеский туризм – средство гармоничного развития детей, девушек и юношей, реализуемое в форме отдыха и общественно-полезной деятельности, характерными структурными компонентами которого являются поход, путешествие, экскурсия.

Детско-юношеский туризм является эффективным средством воспитания, обучения, оздоровления, профессиональной ориентации, социальной адаптации учащихся, утверждения здорового образа жизни, эффективной системы непрерывного образования и развития личности детей и юношества.

Развитие детско-юношеского спортивного туризма как вида спорта и отдыха, как важнейшего социально-значимого движения, развитие его в молодёжной и юношеской среде как элемента физического, духовного и патриотического воспитания участники туристского движения считают возможным противовесом антиобщественным явлениям в обществе – наркомании, алкоголизму, детской и молодёжной преступности.

Список использованных источников и литературы

1. Садкова И. Е. Экономика и управление в сфере услуг. Проблемы детско-юношеского туризма в современной России // Проблемы современной экономики. – №2. – 2010.

THE UNDERSTANDING OF VOLUNTEER TOURISM

Arbuzova K.I., student

National Research Tomsk polytechnic university

An increasingly popular form of tourism is volunteer tourism, estimated to attract 1.6 million volunteer tourists a year with a value between £832 million and £1.3 billion per year. Volunteer tourism, also known as volunTourism or volunteering for development, working alongside community and environmental goals.

Volunteering for development has emerged especially in a response to growing social and environmental issues in developing countries and also as a response to disasters like September 11 and the 2006 Boxing Day tsunami that affected much of South East Asia. As well as humanitarian projects, volunteer organizations design several other types of projects with the intention of serving communities in need. These include but not limited education, business development, environmental regeneration, protection and research, building projects and cultural development (Callanan, M. and Thomas, S., 2005).

Volunteer tourists have been defined as those who “volunteer in an organized way to undertake holidays that might involve aiding or alleviating the material poverty of some groups in society, the restoration of certain environments or research into aspects of society or environment” (Wearing, S.L., 2001).

The volunteer tourist is motivated to volunteer for several reasons. Some of these reasons are altruistic, while others are egoistic. Some researchers developed a frame around volunteer tourist types. They presented three types which differ based on six main criteria: destination, duration of project, focus of experience (altruistic or self-interest), qualifications, participation and level of contribution to locals. The three tourist types are surface, intermediate and deep volunteer tourists. Those at the ‘deep’ end tend to think less about their own personal interest and more about the community, while surface volunteers are interested in self-development and career-enhancement (Brown, S. and Lehto, X., 2005). Therefore the experience does not need to be necessarily a meaningful one for deep volunteer tourists, but the type of project is highly important.

Many volunteer tourism organizations advertise to potential volunteers the benefits that will be gained by undertaking the experiences they have to offer. These experiences can provide intrinsic and/or extrinsic benefits to the individual. Typically volunteer tourists are not motivated by the extrinsic external rewards in the same way that mainstream tourists might be. Volunteer tourism organizations have realized the value of intrinsic benefits and promote these to attract new volunteers. Below is an example taken from Cactus Volunteers Abroad (2010) which promotes the following benefits to potential volunteer tourists:

- it opens the door to many new and exciting opportunities abroad
- it gives you the chance to help people and communities that really need it
- it gives you a privilege not afforded to the average traveler - the chance to experience local life first-hand
- it provides you with a real sense of personal achievement
- it will broaden your horizons and give you a new perspectives on life
- it will improve your foreign language skills

Although the above studies have provided evidence for an intrinsically motivated volunteer tourist, there are still several researchers, as well as those in the media, who debate whether these motivations are altruistic or egoistic. That is: Is the activity performed to serve the purpose of the community/organization or the individual?

The act of volunteering in developing countries attracts a predominantly young Western traveler. Many of these young travelers are on a quest for self-discovery and are at a time in their life of great discovery and change. (Lepp, A., 2008) Some scientists followed the experiences of gap-year travelers who were in a period of transition between school and tertiary education or work. Although their motives appear to be very self-serving, researchers in the developmental sciences have found that youth are now much more open to diverse cultural beliefs and are more likely to change their values and beliefs. As very impressionable people, they are likely to make well-informed decisions on a path to cultural identity formation which needs to be taken into consideration by the NGOs that target these volunteers. It is not only the people that move but their cultural values and

practices also cross spatial boundaries.

It has been found in numerous other studies on tourism motivation, that a niche market, like the volunteer tourist market, is not homogenous. Generally there are overlapping motivations which can change over a given period of time and place. However, there is a distinct difference between the tourism experience and the volunteer tourism experience. The nature of the volunteer tourism experience is such that the volunteers work in collaboration with the community, usually in developing countries, to achieve development goals. In fact it is often argued that the nature of the volunteer tourism experience is such that the interaction between host and guest is more profound than in other forms of tourism (Zahra, A. and McIntosh, A.J., 2007). These volunteers need to be distinguished from volunTourists who are “vacation-minded” rather than “volunteer-minded”, where the volunteering component is often only a small portion of the whole trip. Volunteer tourists instead volunteer for the entire length of the trip.

We can note that “volunteer tourists are ‘new tourists’ in search of an experience which is beyond that offered by mass tourism”. The experiences in volunteer tourism are seen to be more meaningful between the players of different cultural backgrounds. Therefore volunteer tourism is aligned with a wider range of values and behaviors than mainstream tourism. It has degrees of altruism and conservation of community benefits and development and generally attempts to act positively for both the environment and the host community. This makes the host communities that participate in volunteer tourism and their input and interaction an even more essential part of volunteer tourism than for usual mass tourism.

References

1. I to I Volunteering [Интернет- портал] – URL: <http://www.i-to-i.com/about-volunteer-travel/>
2. VolunTourism [Интернет- портал] – URL: <http://www.voluntourism.org/>
3. Callanan, M. and Thomas, S. (2005), “Volunteer tourism: Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment”, *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, Amsterdam, pp. 183-200.
4. Brown, S. and Lehto, X. (2005), “Travelling with a purpose: Understanding the motives and benefits of volunteer vacationers”, *Current Issues in Tourism*, no. 6, pp. 479–496
5. Lepp, A. (2008), “Discovering self and discovering others through the Taita Discovery Centre Volunteer Tourism Programme, Kenya”, in Lyons K. and Wearing, S. (eds), *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism: International Case Study Perspectives*, Wallingford, UK: CABI, pp. 86-100
6. Wearing, S.L. (2001), *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Difference*, New York, CABI Publishing.
7. Zahra, A. and McIntosh, A.J. (2007), “Volunteer tourism: Evidence of cathartic tourist experiences”, *Tourism Recreation Research*, vol. 32, no. 1, pp. 115-119.

THE „ALTMARK“ AS A LOW DEVELOPED TOURISTIC REGION IN GERMANY

Caroline Prange, student

Chemnitz University of Technology (Germany)

The Altmark (engl. Old March) is an old cultural landscape in the northern part of the eastern German state Saxony-Anhalt. The region’s historical significance based on its importance for the Brandenburg margraves. That’s why it is known as the „Cradle of Prussia“, like the native Otto von Bismarck called it. Because of its low developed character, the region is also often called as an area in the peripheral center of Germany. After the former border situation during the period of the German Democratic Republic, the region is now again located in the middle of Germany.

The Altmark is situated between the cities Magdeburg, Hamburg and Hannover, west of the Elbe river. Today it consists of the two districts Altmarkkreis Salzwedel and Stendal. In its eastern part, the Altmark is bordered on the historical Prignitz region. In Saxony-Anhalt, in comparison with the other German states, the highest emigration trends are apparent. The Altmark, and in particular the district of Stendal, are by coupling emigration and demographic change particularly affected by this trend.

The main economic activity in the low developed Altmark region is agriculture. In the last few years the use and processing of biomass and automotive supply industries became more and more important for the economic rise. But the Altmark became interesting also for tourists. A traditional tourist region is the area around the spa place Arendsee. It is a very small city in the Altmarkkreis Salzwedel with less than 5000 inhabitants. Next to the city the biggest natural sea in Saxony-Anhalt – also called Arendsee – is located. In the summer months it is possible to go surfing, sailing, diving, hiking, biking and swimming there. In the city are only a few hotels, and the touristical situation is not really good. The city looks dead and many shops are empty. If you have bad weather within your holidays in Arendsee, there are not many options.

Another popular touristical region in the Altmark is the Elbe river. There it is possible to use the „Elbe-Radweg“ and drive by bike along the river. The track is fully developed and it is possible to find a restaurant or small hotel along the way. So some bikers make a stop near the Elbe river when they make their tour from Dresden or Magdeburg to Hamburg or the other way round.

There are some other touristical places in the region, but they are all not really important for the regional income. And one big reason for that is the bad infrastructural situation. The next big airport is 200 km away and to the next highway you need one hour to go by car. The touristical target group consists of Germans from the big cities around - Berlin, Hamburg, Hannover, Magdeburg, Leipzig and so on. But they need too much time to travel with their own cars or by train from the cities to the Altmark region. That's why they go to other similar regions nearby.

There is nearly no other region in Germany, which is so bad connected to the national highway system, although there are plans for 80 years for the connectivity of the region. The plan was, and is also today, to connect the region by a northern extension of the federal highway 14 from Magdeburg to Schwerin with the national road network. The plans have become more serious in recent years and the first phase is under construction now. There are a lot of discussions about the building of the highway extension: Some people want to build it really fast, because they hope that the economic situation will become better with the new street. Others say, that the highway will destroy the natural and ecological balance of the region around. They think, that thereby the touristical attractiveness of the region will fall and not rise.

The project of extending the national highway 14 is no special present for the Altmark region. It is a part of a national and European plan to connect the Mediterranean sea with the Baltic sea via streets. And that's why it is a transit highway and no highway for the people who want to come to the Altmark region and visit it or sell something there. The new highway will not solve all the problems of the Altmark. But it is possible, that the regional economic growth will increase, like it was shown in other low developed states in eastern Germany after the completion of a new highway, like for example in Thuringia. And that's why the Altmark region should exploit the situation and try to get the best out of it. In the touristical sphere, the situation should be improved and developed in the same breath with the construction of the highway. The small cities along the highway should work together and a lively exchange is needed to make the best of the situation. And it is really important not to forget the critical voices and think about the environmental impact in every step of development.

All in all it is important to improve the infrastructure in the region and receive the natural and historical character of the cultural landscape. Then it could be possible to be more attractive for the tourists in Germany and maybe also for tourists from other countries in Europe.

Пожалуйста, подождите

TOURISM IN THE PRIGNITZ – AN EASTERN GERMAN REGION

Eilyne Pasche, student

Chemnitz University of Technology (Germany)

Prignitz is the name of an administrative district and a historical landscape, which are nearly the same in size and extension. The Prignitz is located in the northwest of the federal state Brandenburg, in the northeast of Germany. Its size is about 2,100 qm² and the population about 80,000 inhabitants. It is one of the most thinly populated administrative districts in Germany. The county town is Perleberg, with about 12,300 inhabitants.

Since the fall of the Berlin wall the Prignitz struggles with a strong migration, especially of young people. In the last 10 years more than 18 percent of the inhabitants migrated to other administrative districts or federal states, especially to Berlin. There are many problems, which result from this migration. For the administration department it is hard to maintain the full public service tasks. In particular it is hard to maintain the public transport infrastructure and to ensure the possibility for all children to attend a school, which is not located far away from the hometown of the children.

The thinning of the local public transportation is proceeding. In addition to problems for children and young people, there is a big unsolved problem for seniors. Due to the fact that a lot of places are not able to provide their inhabitants with the most needed facilities anymore, the seniors are dependent on having an own car, but with the beginning of a certain age, there is no possibility to drive a car by one's own. So especially for young and old people the Prignitz seems to be very unattractive and a lot of them are leaving the region due to the lack of possibilities to be independent and to provide oneself with the most needed items.

All those facts create an image of a really not well developed region with massive problems: So are tourists really interested in this region? Are they spending their holidays in this region? And which potentials does the region have?

The tourism of a region is obviously influenced by the natural physiogeographic characteristics, the cultural heritages and the social infrastructure.

The Prignitz is shaped by cultivated landscape, meadows, forests and lakes. The whole region is very natural and there are just some small cities, with an interesting and old town centre. In the whole region there is no metropolis. The nearest metropolises are Berlin, with about 150km distance and Hamburg with about 250km distance. For German standards this region is really isolated.

The administration department tries to develop the tourism in the region. Therefore a tourism association was founded. The tourism association tries to bundle all touristic activities in the region and should be a contact point for potential interested tourists.

Most tourists in the Prignitz are from Germany itself, so there is a high inland-tourism. Especially for people from Berlin the Prignitz is an interesting place for a day or weekend trip. There are just some tourists from abroad.

Despite of the efforts of the administrative department of the region and the tourism association the Prignitz is the second last administrative district in the federal state Brandenburg according to the overnight stays of tourists.

This is astonishing because the potential of the region is quite high. But it is important to know, which tourists the region is able to attract. It is not possible to attract every touristic target group.

According to the budget, the Prignitz is able to attract people with a middle and low income. There are lot pension, campsites and little hotels, which could serve a proper stay to this target group. It would be wasted energy to build luxury hotels in an isolated region like the Prignitz.

According to the social status the Prignitz could be attractive for families with young children, young active adults and in some cases also for old people. Most families love to spend time in nature and to escape of the hectic pace of our time. Due to the small and calm cities, this is possible. Old people could be a target group, if they are accommodated in a place where the infrastructure works very well or where all needs could be fulfilled, without having an own car or spending half of the day to reach the next place. For young people the region is probably not that much interesting due to the lack of leisure time activities, which are suitable for young people.

According to the activity the Prignitz should concentrate on nature and active tourism. The natural physiogeographic characteristics enable the region to strengthen the tourism in this segment. And also the fact of a low population could be seen as an advantage. Nature tourists do not need big cities with all facilities. They just need the basic necessities and the nature. And the nature already exists. Big investments are not needed. They just have to expand, what is already given. But they have to do it in a proper way, because the sustainable tourism could also be a big chance for the Prignitz.

But there are of course some positives developments in the recent years.

Cycling tours do already play a big role in the tourism of the region. A part of the most popular cycle tour, the Elbe Cycle Tour, is located in the region and attracts tourists. Furthermore other routes were enlarged and a system of cycle path and tours was created.

The biosphere reserve riverscape Elbe is popular for nature tourists and also the European stork village Rühstädt attracts nature lovers, due to their immense stork population and the nice look of all the nests inside the village.

So the Prignitz region has the potential and the chance to attract more tourists and to be better than the last second in overnight stays.

It is important to expand the already existing possibilities and to be visible for potential tourists. To advertise is essential to do not get lost in the masses, maybe not in a big and cost-intensive manner, but target-orientated.

Moreover it is important for a small and low populated region to cooperate with other small regions. Often it is not possible to fulfill all needs of the tourists. But in cooperation and consultation it is definitely possible. And after that, it is just a question of time until more tourists recognize the beautiful and calm nature of the Prignitz.

PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF ETHNOGRAPHIC AND RURAL TOURISM IN RUSSIA

Nikitina S.S., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Ethnographic and rural tourism promises to be one of the most popular attractions in Russia in the nearest future. Indeed, different ethnic groups and nationalities live in the country, each with its unique way of farming, a set of crafts and cultural artefacts. Easy lifestyle, nature and fresh air – these are the intrinsic charms of agrotourism. Currently, it is difficult to name Russia a country where a rural recreation experiences high popularity.

Agrotourism in Russia has just begun to develop. Rural tourism or agrotourism is becoming more and more popular in Karelia, the Leningrad region, in villages on the shores of Lake Ladoga and Onega, Arkhangelsk region with Pomors fishing settlements on the White Sea, the Kuban, Volga, the Kaliningrad region, and some regions of Siberia, where Altai takes the first place [2].

The visitors are offered traditional Russian meals: honey, kvass, kasha (Russian porridge) and borsch made of organic food products. The tourists are happy to be engaged in farm activities ranging from picking berries and vegetables or feeding animals, getting acquainted with the traditions of a Russian village. During their vacation they are learning crafts and are engaged in lots of other farm activities: milking cows, weaving willow baskets, riding a horse or driving a field tractor.

The city dwellers wishing to escape the hustle and bustle of urban life and longing for fresh air and rural quietness are happy to spend their vacation in rural farms. The farmers invite their guests to take part in fishing or hunting adventures.

The strategic goal of the development of rural tourism in Russia is the creation of a competitive national tourist product in the internal and world markets. It must be able to meet the needs of our fellow citizens as well as foreigners, to expand domestic tourism, to provide steady growth of volumes of inbound tourism, to provide complex development of the recreational areas and tourist centres, as well as save and resume the natural environment and historical and cultural heritage and to supplement the state and local budgets [4].

The idea of rural tourism is that the villagers give for rent their premises, or «guest» houses to tourists systematically, producing the income. Rural tourism is associated with a visit to a rural area with cultural-informative purpose, acquaintance with the traditional folk life, but may also pursue other objectives: introduction to traditional trades and crafts, visits to religious sites and centers.

Ethnographic tourism in Russia is developed better. Ethnographic tourism is based on interest of tourists in original life of people, in acquaintance with national traditions, ceremonies, creativity and culture. Use of ethnographic objects in recreational activities as excursion is capable to make profit for any region. The culture is one of basic elements of tourist interest [5]. The places visited by tourists, promote their spiritual enrichment.

Farms near Moscow, the famous museum of wooden architecture – Kizhi in Karelia, numerous museums and parks of great Russian writers: Alexander Pushkin (Museum-Reserve near St.Petersburg), Mikhail Lermontov (writers reserve in Pyatigorsk), Leo Tolstoy (Homestead Yasnay Polyana in the Tula region) accept tourists year-round.

As it is known, Russia is a multiethnic and multicultural country so the possibilities for the ethnical tourism in Russia are very wide. Features of culture of various regions make people spend their holiday on travel. The culture is one of basic elements of tourist interest. Cognitive tourism covers all aspects of travel by means of which the person learns about life, culture and customs of other people. Tourism, thus, serves as important means of cultural connections and the international cooperation [3].

Development of cultural factors inside regions is a means of expansion of resources for attraction of tourist streams. The region, wishing to become a popular tourist point of destination, should have unique cultural complexes and offer them on the tourist market. If the region is interested in attracting tourists, it should plan and develop special programs for increasing interest in its culture, distributing the information about its cultural potential.

The musical potential of region is one of the most attractive elements of culture. Music acts in some countries as a major factor of attraction of tourists. World-known musical festivals collect thousand participants annually. Ethnic dances – a characteristic element of any national culture. Practically each region has its national dance. Acquaintance of tourists to dances can occur on special shows, folklore evenings, during entertaining programs [5]. Besides this, the region accepting tourists should offer them a wide range of souvenirs made on a factory or in handicraft way by local masters and handicraftsmen.

Ethnographic tourism is becoming increasingly popular in the Arctic. The Yamalo-Nenets Autonomous Region has enormous resources for the development of ethnographic tourism. The communities of the Yamal and Ural districts have a positive experience of hosting tourists. An open-air museum has been created in the Yamalo-Nenets Autonomous Region – the Yamal patrimony of Prince Tayshina, located 12 km from Salekhard in the village of Gornoknyazevsk. On this natural and ethnographic complex tourists can immerse themselves in the real life of nomadic people, stay in a chum, taste traditional food and, speaking directly with the northern people, find out more about their unique culture and ancient traditions. The main attraction of Salekhard and the hallmark of Yamal is the Shemanovsky Museum and Exhibition Complex. The fund of the Museum and Exhibition Complex includes more than 43,000 items of ethnographic, natural science and historical collections [1].

Ethnographic tourism is now also being actively developed in Chukotka, where you can also learn about the real life and traditions of the people of the North and experience life in a different cultural environment. In the Chukotka Autonomous Region there are hiking trails with dog and reindeer sledges, which are very popular with many tourists. Tourists can also spend a few days immersed in the everyday life of the Far North people, stay in a yurt, try real frozen steaks and ride on a dog harness in the Republic of Sakha (Yakutia). The region has adopted a program to create a special economic and tourist-recreational zone, in which all infrastructural facilities are united by a common theme – the culture of the northern peoples. A World Ethnographic Park of the North Peoples will be built in the area, which will represent the life, dwellings and customs of each ethnic group, so that tourists will be able to get a full picture of the life of the main northern ethnic groups.

According to expert estimates, the average number of tourist potential of Russia is 55,8 %. Such a high figure shows that more than half of the landscape-geographical and climatic resources of the country can be used for the development of various tourism destinations to meet the needs of tourists (for comparison, Turkey's tourism potential is of 38.4%, Greece - 35%, Italy - 49%, France, Spain and Germany, a few more than 50%). Thus, Russia is a very promising country for the complex development of rural and ethnographic tourism

References

1. Arctic info [Интернет-портал] – URL: <http://www.arctic-info.com/encyclopedia/rubric/tourism/>

2. Discover rus [Интернет-портал] – URL: <http://www.discoverrus.com/adventures-agrotourism.htm/>
3. Dudutki [Интернет-портал] – URL: <http://www.dudutki.com/217/agritourism-russia.html/>
4. International scientific analytical project [Интернет-портал] – URL: <http://gisap.eu/node/14427/>
5. M. Skripnikova «Development of multiculturalism in polyethnic region as a source of the profit from ethnographic tourism».

TOURISMUS IN DEUTSCHLAND

Karpova K.A., Tarasova L.V.

Nationale polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

Deutschland, im Herzen Europas gelegen, ist ein ideales Reiseziel für jede Art von Urlaub. Egal ob Aktiv-, Städte-, Kultur- oder Bildungsurlaub – in Deutschland ist dank der vielfältigen Regionen für jeden Geschmack etwas dabei. Aufgeteilt ist Deutschland in 16 Bundesländer. Im Norden grenzt Deutschland an Ost- und Nordsee, im Süden an Österreich und die Schweiz. In Deutschland leben etwa 81 Millionen Einwohner – damit zählt das Land zu einem der dichtest besiedelten Länder der Erde.

In Deutschland gibt es unzählige viele spannende Urlaubsziele und -regionen. Zu den beliebtesten Regionen zählen Ost- und Nordsee mit ihren traumhaften Stränden. Hier besonders erwähnenswert ist die größte deutsche Ostseeinsel Rügen mit ihren bekannten Kreidefelsen. Doch auch die anderen Inseln Usedom, Hiddensee und Fehmarn sind durchaus einen Besuch wert. Charakteristisch für die Ostsee sind zudem die stolzen Hansestädte wie Lübeck oder Rostock und auch die sogenannte Bäderarchitektur findet man an der Ostsee zuhauf.

Naturliebhaber und Wanderfreunde wiederum sollten sich eher in den Süden des Landes begeben. In Bayern findet man zahlreiche Berge, unter anderem den höchsten Berg Deutschlands, die Zugspitze. Nicht nur zum Wandern laden die Landschaften hier ein, auch traumhafte Skigebiete mit gut ausgebauten Pisten gibt es im Süden Deutschlands für alle Wintersportler.

Doch auch im Zentrum Deutschlands gibt es interessante Wandergebiete. Unzählige Mittelgebirge wie Schwarzwald oder Harz sind optimal geeignet, sich in einer unberührten Natur zu entspannen. Der Harz zählt zudem zu einer der geschichtsträchtigsten und sagenumwobensten Regionen Deutschlands. Erwähnenswert ist hier die höchste Erhebung im Harz, der 1.142 Meter hohe Brocken – schon Goethe ließ hier seinen “Faust” spielen.

Ebenso findet man in Deutschland aber unzählige gut erhaltene Burgen und Schlösser. Genauso sehenswert ist aber die Rhein-/Moselregion mit ihren Weinbergen.

Kulturliebhaber sollten eine Städtereise innerhalb Deutschlands wählen. Ziele gibt es genügend; die beliebtesten Städte sind die Hauptstadt des Landes Berlin, doch auch Hamburg, Dresden oder München locken mit zahlreichen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen. Imposante Bauwerke wie der Kölner oder der Aachener Dom stehen sogar auf der Kulturerbeliste der UNESCO und sollten bei einem Urlaub in Deutschland unbedingt besichtigt werden.

Damit die Städtereise zu einem rundum perfekten Kulturerlebnis wird, kann man in allen großen Städten aus einer vielfältigen Auswahl an Hotels wählen. So kann man je nach Wunsch auch in einem Themenhotel mit Blick auf die Berliner Spree oder den Kölner Dom übernachten und die eigene Erkundung in Deutschlands schönsten Städten abrunden. Ein Hotelvergleich bietet dabei eine gute Hilfestellung und schafft einen Überblick bei der Auswahl des Hotels.

Deutschland liegt in der gemäßigten Klimazone, ein Urlaub hier sollte entsprechend dem Grund der Reise gewählt werden. So ist ein Urlaub an der Küste natürlich im Sommer empfehlenswert, während sich für eine Städtereise auch die Frühjahrs- und Herbstmonate anbieten [1].

Tourismus in Deutschland umfasst zwei Bereiche:

Den Tourismus, der in Deutschland (mit In- und Ausländern) stattfindet

Den von Deutschen (im In- und Ausland) generierten Tourismus.

Tourismus ist in Deutschland ein wichtiger Wirtschaftszweig, besonders in schwach entwickelten Regionen. Vom Tourismus profitieren neben Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe auch Einzelhandel, Dienstleister und Anbieter von Freizeit- und Unterhaltungsangeboten.

In Deutschland erzielt der Fremdenverkehr mit 2,8 Millionen Beschäftigten einen Umsatz von 140 Milliarden Euro. 125,3 Millionen Gäste tätigten 351,4 Millionen Übernachtungen in 54.166 Unterkünften mit etwa 2,6 Millionen Betten.

Den Gästen stehen unter anderem 6.135 Museen, 366 Theater, 34 Freizeit- und Erlebnisparks, 45.000 Tennisplätze, 648 Golfplätze, 122 National-/Naturparke beziehungsweise Biosphärenreservate, ein Wanderwegnetz von 190.000 km sowie 40.000 Kilometer Radfernwege zur Verfügung [2].

Deutschland lädt die Touristen zu den nationalen Feiertagen ein.

Das Oktoberfest in München ist das größte Volksfest der Welt. Es findet seit 1810 auf der Theresienwiese in der bayerischen Landeshauptstadt München statt und wird Jahr für Jahr von rund sechs Millionen Menschen besucht; im Jahr 2011 zog das Oktoberfest fast sieben Millionen Besucher an. Für das Oktoberfest brauen die Münchner Brauereien ein spezielles Bier mit mehr Stammwürze und damit auch mit höherem Alkoholgehalt.

Die Loveparade war eine jährlich veranstaltete Technoparade. Sie entwickelte sich im Laufe ihrer Geschichte von einem kleinen Straßenumzug der Westberliner Technomusikszene zunächst zu einer international exponierten Veranstaltung der Technokultur und später zum Massenspektakel und Marketingevent. Die Parade fand von 1989 bis 2006 in Berlin und ab 2007 bis 2010 an wechselnden Orten im Ruhrgebiet statt. In den Jahren 2004, 2005 und 2009 wurde sie nicht durchgeführt. Nach dem Unglück bei der Loveparade 2010 beendete der Organisator die Veranstaltungsreihe.

«Deutschland ist klassisch, modern, geschäftig, faul, dynamisch, lässig, anstrengend, genießerisch, bergig, flach, Poesie, Sport, Bier, Musik für Augen und Ohren. Deutschland ist nicht einfach Deutschland, sondern einfach wunderbar». So wirbt die Deutsche Zentrale für Tourismus für ihr Land im Internet. «Wenn Sie jetzt nichts mehr zu Hause hält, dann können Sie sich auf eine schöne Reise durch diese wunderbare Vielfalt begeben» [3]. Viel Spaß!

Quellenverzeichnis

1. <http://www.germany.travel/de/index.html>
2. http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus_in_Deutschland
3. Гудзенко М.Г. *Tourismus*. – М.: НВИ Тезаурус, 2001. – 150 с.

INNOVATIVE FORMEN DES TOURISMUS

Kolodiy N.A., Prof. Dr. habil. für philosoph.W.; Metalnikowa N.S., Doz.
Polytechnische Universitaet Tomsk

Исследования выполнены в рамках государственного задания «Наука»,
тема № 6.2158.2011 «Исследование адаптации науки
и высшего профессионального образования
в условиях инновационных преобразований общества»

Zur Zeit gilt Tourismus mit Recht als eine globale sozial-oekonomesche Erscheinung der modernen Welt. Das Leben fordert immer mehrere Neuerungen in allen Bereichen der menschlichen Taetigkeit. Heute ist es undenkbar, die moderne Gesellschaft ohne das konstante Wachstum des Feldes von innovativen Ideen vorzustellen. Ein stabiles oekonomisches Wachstum kann nur auf innovativer Grundlage bei der aktiven Verwendung der modernen wissenschaftlich-technischen Leistungen erreicht werden. Die Industrie des Tourismus ist einer der wichtigsten Maerkte des Wachstums und in der Zukunft koennen sie positive Impulse der Entwicklung erwarten [1].

Globale Konkurrenz im Tourismus wird immer haerter, deshalb ist es notwendig, neue Formen und Mechanismen der Bedienung von Kunden, eben Innovationen einzusetzen. Innovationen in touristischer Branche sind mit der Ausbildung der Manager als Katalisator von innovativen Umwandlungen im touristischen Bereich, mit der Durchsetzung von komplexen Zugaengen in der touristischen Taetigkeit, mit Problemen der Investierung und Organisationsveraenderungen verbunden.

Was ist eigentlich Innovation? In der wissenschaftlichen Literatur gibt es verschiedene Definitionen. Der Meinung von Rogers E.M. nach, das Wort Innovation bedeutet „eine Idee, einen Prozess, ein Produkt oder ein Praktikum, die man fuer etwas Neues haelt“ [2]. Die anderen Spezialisten behaupten, dass die Innovation „die Umsetzung einer nuetzlichen Idee von ihrer Entstehung bis zur erfolgreichen praktischen Anwendung“ ist [3]. Der englische Professor W.R. Spens definiert die Innovation auf folgende Weise: „Innovation ist etwas ganz voellig Neues in bezug auf eine konkrete Situation, was man benutzen kann, wenn wir das einzusehen beginnen“ [4].

Unter Innovationen verstehen wir eine Taetigkeit, die auf Erarbeitung, Erzeugung und Vertrieb neuer Art von Erzeugnissen, Technologien, Dienstleistungen und Durchsetzung einer Organisationserneuerung gerichtet ist.

Innovation ist eher das oekonomische, soziale und mindestens technische Fachwort. Innovationskriterien sind mit den Veraenderungen im wirtschaftlichen und sozialen Bereich, in Handlungen der Menschen als Erzeuger und auch Verbraucher verbunden.

Von vielen Forschern werden die Fachwoerter „Innovation“ und „Neuerung“ oft als Synonyme angesehen. Eine deutliche Definition des Begriffs „Innovation“ existiert nicht.

Die Neuerung vervollkommnet einen bestimmten Teil des technologischen oder Produktionsprozesses ohne erhebliche oekonomische Kosten. Die Neuerung soll das Endprodukt (Waren oder Dienstleistungen) verbessern und vervollkommen.

Innovation kann man als das Endresultat der Neuerungseinfuehrung mit dem Ziel der Veraenderung des Steuerungsobjekts und der Erhaltung des oekonomischen, sozialen, oekologischen, wissenschaftlichen oder anderer Art Effekts ansehen.

Fuer den Begriff der Innovation sind also folgende Faktoren wichtig:

1. Die Entstehung von einer neuen Idee oder Erscheinung.
2. Die Idee wird gruendlich bearbeitet und endlich erfolgreich beim Praktikum verwendet.

3. Demographische, sozial-oekonomische, politisch-rechtliche, historische u.a. Faktoren.

Die einzelnen Faktoren tragen der Innovationstaetigkeit bei, die anderen sind hinderlich. Einige Spezialisten sondern wichtige Phasen bei der Innovationserzeugung (Rogers, Cooper, Johnson):

1. Die Phase der Erzeugung von einer neuen Idee (Invention).

2. Die Phase der gruendlichen Erarbeitung und Entwicklung dieser Idee, bis ein neues Produkt entsteht (Innovation).

3. Die Phase, wenn man das bereite Produkt auf den Markt bringt (Diffusion) [3].

Hier ist es notwendig, dem Markt prinzipiell neue Produkte, die sich von den Produkten ihrer Konkurrenten unterscheiden, anzubieten. Ganz neue Produkte auf dem Markt sind faehig, neue Nachfrager anzuziehen und Einnahmen der Firmen zu erhoehen. Es ist zu betonen, dass Innovationen bestimmte Risiken hervorrufen koennen. Aber je hoeher sind Risikoverhalten des Unternehmers, desto mehr Innovationen werden ausgefuehrt [1].

Nicht in allen Organisationen werden gern jegliche Innovationen begruesst. Sehr oft wird der Einsatz von Innovationen und radikalen Umbauten, ohne dass man die Interessen der Mitarbeiter beruecksichtigt, negativ wahrgenommen. Bei den Veraenderungen in der Organisationsstruktur, der Verteilung von Funktionen und Vollmaechten, bei der Stellung neuer Aufgaben und Einfuehrung neuer Formen der Arbeit koennen innovative Konflikte in der Organisation entstehen. Es ist auf die Verletzung von Traditionen und Stereotypen der Wahrnehmung, des Benehmens und Einstellungen zurueckzufuehren. Viele Beschaeftigte von Organisationen haben Angst vor Unstabilitaet, Unsicherheit und Verschlechterung von Arbeitsbedingungen, die intensive Umwandlungen hervorrufen koennen [4].

Fuer die Innovationstaetigkeit des Tourunternehmens sind sehr wichtig das Vorhandensein von Finanzressourcen, materiell-technischen Mitteln, progressiven Technologien, von der wirtschaftlichen und wissenschaftlich-technischen Infrastruktur. Das Fehlen aber der obengenannten Parameter steht im Wege der Innovationstaetigkeit.

Von einigen Forschern werden wichtige Besonderheiten im Innovationsprozess des Tourismus gesondert:

1. Marktneuheit.

2. Wissenschaftlich-technische Neuheit.

Die Marktneuheit wird in der Regel im breiten und engeren Sinne angesehen. Z.B. Der Unterschied einer Ware von der anderen irgendwo verkaufenden Ware (Marktneuheit im breiten Sinne). Und die Marktneuheit im engeren Sinne besitzt die Ware fuer einen Teil ihrer Konsumenten. Dabei ist es unwesentlich, wann die Innovation in der Tat auf dem Markt entstand.

Die wissenschaftlich-technische Neuheit ist eine notwendige Eigenschaft einer Erfindung oder know-how. Wenn die Innovation auf einer oder einigen Erfindungen oder know-how gegruendet ist, so besitzt sie nicht nur die Marktneuheit, sondern auch die wissenschaftlich-technische Neuheit [4].

Fuer die Originalitaet der wissenschaftlich-technischen Idee der Neueinfuehrung interessiert sich der Kunde nicht. Fuer ihn ist wichtig der Nutzeffekt der Ware angemessen mit Kosten fuer ihre Erwerbung.

Fuer die Neuerungsprozesse in der touristischen Branche sind auch andere Besonderheiten charakteristisch:

1. Die idealtypischen Schritte im touristischen Neuerungsprozess werden oft nicht eingehalten. Nicht selten entstehen Fehler und Zufaele.

2. Die neuen Ideen werden nach Lust und Laune umgesetzt.

3. Auf den Innovationserfolg hat das unternehmerische Gespuer einen sehr grossen Einfluss.

4. Es gibt wenige Projektgruppen. Sehr viele wichtige Entscheidungen trifft der Unternehmer selbst.

5. In der Branche des Tourismus werden die kreativen Ideen der Erholungsorganisation oft imitiert.

6. Die Ideen werden selten geschuetzt, die Patente werden auch wenig angemeldet.

7. Der Grad der Einbezogenheit der Mitarbeiter ist oft nicht besonders hoch [3].

Ausserdem werden in der Fachliteratur grundlegende Quellen und Prinzipien der Innovationstaetigkeit gesondert. So z.B.:

1. Zielgerichtete systematische Innovationstaetigkeit fordert eine staendige Analyse der Innovationsquellen.

2. Innovation ist den Beduerfnissen, Wuenschen, Gewohnheiten der Menschen zu entsprechen.

3. Innovation soll einfach sein und ein deutliches Ziel haben.

4. Effektive Innovation soll an die Fuehrung auf dem begrenzten Markt, in ihrer Nische gezielt werden.

5. Neueinfuehrungen sind fuer die Befriedigung von Beduerfnissen der laufenden Zeit durchzusetzen[4].

Zu Innovationen im Tourismus gehoert auch z.B. die Taetigkeit auf vertikalem und horizontalem kommunikativem Niveau. Horizontale wechselseitige Zusammenhaenge von Unternehmen mit gleichen Interessen werden im touristischen Bereich durch Unterbringung, Bedienung, Gesundung, Vermittlung, Verkehr durchgefuehrt. In der letzten Zeit entwickeln sich auf dieser Basis Hotelnetzwerke als horizontale vereinigt handelnde Unternehmen[6].

Vertikale Kooperationen und Kommunikationen stellen in erster Linie staatliche touristische Organisationen auf nationalem, regionalem und lokalem Niveau dar. Solche Organisationen werden verschiedenen Integrationsauswirkungen abhaengig von dem Entwicklungsniveau der Wirtschaft ihres Landes ausgesetzt.

Informations – und kommunikative Herausforderungen der heutigen Gesellschaft beeinflussen die Entwicklung des Tourismus, seine orientierte Projekttaetigkeit. Heute waechst das Interesse von Menschen an kultureller Vergangenheit, an Museen und Kinos. Wieder beliebt wurden touristische Routen, die mit der Geschichte und Kultur verbunden sind. Im Zusammenhang mit dieser Tendenz werden neue kultur – historische Projekte im Tourismusbereich sehr aktuell. Die Inszenierung im Tourismus gruendet sich gerade auf diesen Projekten, die mit „esperience economy“ verknuepft sind“[5].

Im grossen und ganzen sei es zu bemerken, dass die Innovationen einerseits mit den traditionellen Erholungs- und Tourismusarten eng verbunden sind. Andererseits aber sind die Innovationen auch manchmal als sehr spezifische und sehr ungewoehnliche Erholungs- und Tourismusformen zu bestimmen.

Anstatt der traditionellen Formel „drei S“: Sea – Sun – Sand (See – Sonne – Strand) kommt allmaehlich die Formel „drei L“: Lore – Landskape – Leisure (nationale Traditionen – Landschaft – Freizeitgestaltung). Der Tourist der neuen Generation wurde anspruchsvoll und streng[5]. Man wundert ihn heute weder kniffige TV High – Tech noch drahtlose Internetsysteme u.a.m. Je innovativer die Kunden, desto mehr Innovationen werden ausgefuehrt. Dringend werden neue, kreative, originelle Ideen gefordert. Eine jede Innovation beginnt mit einer guten Idee, es kommt nur darauf an, was man daraus macht. Tatsaechlich werden viele neue Ideen nur imitiert. Eben harte Konkurrenz im touristischen Business ist ein Ansporn, neue und erneuerte Produkte auszuarbeiten und dem Markt anzubieten. Die heutigen Touristen wuenschen, dass ihre Erholung von hoher Qualitaet war. Sie wuenschen heute etwas exotisches und ungewoehnliches. Meistens braucht die touristische Branche wesentliche Innovationen fuer ihre effektive Entwicklung. Unternehmerisches Gespueer hat grossen Einfluss auf den Erfolg der Innovationen, aber man braucht Triebkraefte und Ausloeser von Innovationen[1].

Einige Spezialisten finden, dass der Innovationsgrad in Hotels hoeher als in den anderen touristischen Leistungstraegern ist. In traditionellen Hotels der Welt sehen fast alle Zimmer aehnlich aus : in Rom, Paris oder London. Aber fuer die heutigen Kunden sind neue Arten von Hotels attraktiver.

Exzentrische Designer gestalten jeden einzelnen Raum mit einwandfreiem Geschmack. In Betracht werden z.B. Farbe, Licht, Moebel der abstrakten Formen, Tongestaltung, ungewoehnliche Fenster und Stores gezogen (im Hotel „Sanderson“, Designer Philipp Star, Paris).

Designerneuerungen werden auch in deutschen „Art – Hotels“ verkoerpert. Jedes solches Hotel ist ein Museum des Kuenstlers Plus gestaltete Innenraeume. Sehr einzigartig ist das Hotel „Im Wasserturm“ in Koeln[4].

In vielen Laendern wie z.B. in Deutschland, Kanada, Frankreich, Malaisien, Russland u.a. entwickelt sich ein sogenannter Gefaengnis – und Hotelbusiness. Alte Gefaengnisse werden in Hotelsnetzwerke mit ihrem koloriten Design umgebaut und modernisiert. So im Hotel „Alcatzar“ in der Stadt Kaiserlautern gibt es echte Einzelzellen mit Gefaengnisbetten und Rostwaschbecken. Im Korridor steht eine Dusche allen „Haefflingen“ zur Verfuegung. Man darf einen Begleitsoldaten telefonisch bestellen. „Deluxe“ sind ehemalige Zimmer fuer das Wiedersehen mit Verwandten. Eine Uebernachtung im Standardszimmer kostet ca. 45 Euro inkl. ein einfaches Fruhestueck und die Ausleihung des Schlafanzugs in Streifen. Auslaendische Touristen vom Westen uebernachten hier mit Begeisterung. Erfolgreich werden in Russland touristische Exkursionen in solche Gefaengnisse wie „Butyrki“, „Kresty“ und „Wladimirskiy Zentral“ organisiert. Nachgefragt ist die Unterhaltungstour „Ein Tag im Gefaengnis“ in der Stadt Wladimir. Alle Wuenshenden werden im W – Zentral registriert und fotografiert. Die Besucher erhalten eine Gefaengniskleidung, dann macht man den Fingerabdruck und danach steckt man sie in die Einzelzelle. Nachdem die „Haefflinge“ ihre Zeit absitzen, duerfen sie ihre Gefaengniskleidung und Fotos als Geschenke bekommen[6].

Sehr beliebt sind Reisen ohne Gepaeck (unbeschwert). Das Gepaeck wird vom Haus abgeholt und ins Hotel unverletzt zurueck gebracht. Die Hotelpflegerin darf das Gepaeck sowohl einpacken als auch auspacken. Diese Leistung organisiert das Hotelsnetzwerk Starwood Luxery Collection[6].

Das Hotel „Angleger“ in St.- Petersburg administriert das einzige in der Stadt Hotelskino fuer 200 Sitze. Dort laufen Filme in englischer Sprache mit russischen Untertiteln. Samstagstrickfilme fuer kleine Kinder, soweit die Eltern im Restaurant zu Mittag essen.

In Italien gibt es Internet – Cafes mit einer Web- Kamera. Jedes Zimmer hat eine moderne elektronische Ausstattung. Die Touristen haben gute Moeglichkeiten zur Verbindung mit der ganzen Welt.

Es werden Dienstleistungen von privaten Leibwaechtern angeboten, z.B. Aufenthalt in Sicherheit im Grand – Hotel „Le Richemond in Genf in der Schweiz.

Das Dreisternhotel „DUM“ in Prag bietet z.B. kleine Hotelsapotheke mit verschiedenen Medikamenten und auch Dienste des Zahnarztes an.

Beim Kurort-Hotel Ritz-Carlton auf einer Insel in China sind seine 33 Villa mit verschiedenen Medikamenten in kleinen Koffern ausgeruestet. Jeder Gast erhaelt sein Koefflerchen.

Zu neuen Trends gehoeren auch :

Tag und Nacht dauernde optimale Bedienungen fuer angenehme Schlaftherapie durch spezielle Physio – Aromaprozeduren. Dazu bietet man den Gaesten 13 Arten von Kissen mit verschiedenen Fuellungen vom Wasser bis Buchweizen. Im Schlafraum herrscht eine tote Stille. Zu solchem gesunden Schlaf traegt das Hotel „The Benjamin“ in New York bei.

Das Hotel „Frankov Dwor“ in Tschechien am malerischen Seeufer bietet den Gaesten eine volle Ausruestung zum Fischfang an. Hier existiert die Legende von einer Weissen Dame, deren Gespaenst nicht weit

vom Hotel in altem Schloss bewohnt. Das Hotel organisiert Nachtexkursionen zum Treffen mit dieser Dame. Viele junge Leute wuenschen hier ihre romantische Hochzeit zu feiern[6].

Die Spezialisten glauben, dass Restaurants und Unterhaltungslokale am wenigsten innovativ sind. Es gibt Versuche, gastronomisches Paradies irgendwo zu schaffen. So, z.B. im Hotel „Fortina“ auf der Insel Malta fuehrt man exotische gastronomische Reisen ins Gastronomparadies durch. Hier stehen den Gaesten verschiedene nationale Kuechen zur Verfuegung.

Das Hotel „Mandarin Oriental“ in Muenchen bietet seinen Gaesten eine besondere Dienstleistung – personale Art-Touren an. Der Expert – Kuenstler studiert Interessen und Wuensche von Gaesten, gibt Ratschlaege beim Kaufen usw. Diese Leistung kostet ca. 400 Euro[6].

Zu Innovationsformen gehoert heute eine moderne Tourismusart wie Couchsurfing[7]. Das ist eine Internet-Organisation fuer die Menschen, die gern reisen, die bereit zu Abenteuer sind, die nicht mehr standarte Reiseprogramme wollen, die danach streben, das Land und dessen Kultur frei und selbststaendig fuer sich zu entdecken. Couchsurfing stellt eine „Alternative dem Hotel“ dar. Alle Wuenschenden koennen sich auf der Internet-Seite <http://www.couchsurfing.org> registrieren lassen. Das ist ein internationales Gastnetz, in dem es ueber 3 Millionen Teilnehmer gibt. Couchsurfing ist nicht der Austausch von Reisen, sondern eine besondere Lebensweise.

In der modernen Welt brauchen die Reisenden immer neue Tourismusformen, um frische Eindruecke zu bekommen, etwas exotisches und ganz ungewoehnliches zu erleben. Die touristische Branche reagiert flexibel und dynamisch auf neue Herausforderungen und Beduerfnisse der modernen Welt. Es werden verschiedene Massnahmen getroffen, um Beduerfnisse von Kunden, besonders von reichen Touristen zu decken und maximale Gewinne zu bekommen. Dazu versuchen viele touristische Unternehmen , angebotene Innovationen in die Praxis einzusetzen.

Literatur

1. Christoph Henning: Innovationsprozesse im Tourismus. Frankfurt, 2008. – S.102, 115.
2. E. Rogers: History of Communication Stady, 1994. – № 9. – P. 304.
3. [www.tourismusforderung-zukunft.com/pdf/Pikkemaat Birgit: Innovationen im Tourismus.pdf](http://www.tourismusforderung-zukunft.com/pdf/Pikkemaat%20Birgit%20Innovationen%20im%20Tourismus.pdf)
4. LV. Karlova, I.V. Kondratyeva: Innovations in Tourism. – URL: <http://www.cgs.aau.dk/>
5. N.Kolodiy: Experience Economy. – Aalborg University Denmark, 2010. – P. 325.
6. Agnessa Moiseeva: Project Management. – URL: <http://www.ihis.aau.dk/>
7. www.couchsurfing.org

СЕКЦИЯ 3

«ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ЭПОХУ НОВОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ»

ВЛАСТЬ И БИЗНЕС РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Антонова З.Г., к.э.н., доцент; Лившиц В.И., к.э.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Важным участником становления современной российской политической системы является корпоративный бизнес, который представлен в России крупными компаниями холдингового типа. На протяжении 20 лет перехода к рынку (1992-2012 гг.) роль этих крупных компаний на всех этапах постсоветской истории была различной. Поэтому можно говорить об определённых этапах и в развитии отношений между крупным корпоративным бизнесом и государством. Правовое и этическое регулирование между государством и крупным корпоративным бизнесом является продуктом институциональных преобразований в сфере их отношений. Государство является главным агентом национальной экономики. И главными экономическими интересами государства как субъекта рынка будут являться такие задачи, как:

1. создание таких условий, при которых корпорации платят налоги;
2. существование самого государства за счёт этих налогов;
3. создание условий для развития самих корпораций.

На федеральном уровне достаточно существенный вклад в развитие политической системы страны вносит ограниченный круг крупнейших вертикально интегрированных бизнес-компаний или компаний холдингового типа, деятельность которых носит и межрегиональный характер, и транснациональный характер. Если говорить о стране, то крупный корпоративный бизнес, сфера влияния которого, как правило, ограничивается не только одним субъектом Федерации, может оказывать активное политическое действие лишь на уровне регионов. Остальные субъекты предпринимательства российского рынка не могут влиять на политику, так как организованного малого и среднего бизнеса, у которого были бы свои собственные политические интересы, в России нет. Рассматривая крупный бизнес в политической системе страны, можно выделить следующие временные этапы развития отношений государства и крупного корпоративного бизнеса.

Первый период - с начала 90-х гг. до 1996 г. Это период приватизации и разгосударствления, где определяющей ролью была роль государства в лице руководителей исполнительной власти. Это был трудный период для экономики страны, разгосударствлённые предприятия, лишившись госзаказа, не могли обеспечить экономический рост для страны. В этом же периоде времени начинают создаваться и действовать крупные бизнес-компании (компании холдингового типа), главной целью которых было налаживание производства в основном в сырьевых и добывающих отраслях национальной экономики и недопущение на российский рынок иностранных конкурентов. Государство в данном периоде времени находилось перед выбором: либо отечественный бизнес, либо полная зависимость от иностранного капитала. Эти крупные бизнес-компании становились лидерами на российском рынке, руководители этих компаний, как правило, имели хорошие деловые отношения с правительственными структурами власти, удовлетворяя экономические интересы последних. Крупные бизнес-компании обеспечили экономический рост России в эти годы и оказали большое политическое влияние на экономику. Существующая тогда система залоговых аукционов заложила фундамент для зарождения олигархии в России.

Второй период охватывает 1996-1998 гг. Характерным для данного периода времени является то, что основу экономики России представляют крупные бизнес-группы, интегрированные с финансовым и торговым капиталом. Их политическая роль и влияние превалирует даже над ресурсом публичных государственных институтов. К примеру, правительство, возглавляемое Кириенко, не нашло поддержки крупных корпоративных структур бизнес. Это одна из главных причин его отставки. В выборах президента в 1996 году крупный бизнес сыграл немаловажную роль. Этот период времени и характерен и тем, что произошло расслоение бизнес-групп, возникновение крупных корпоративных конфликтов, связанных в основном с процессами экспансии. Приближенные к власти бизнес-группы, входя в коррупционные отношения с представителями власти, которые оказывали значительное влияние на передел и делёж собственности, а так же на направления финансовых потоков, занимали лидирующее положение. Доминирующей тенденцией этого периода оказалась тенденция враждебных захватов. Это был период первого передела собственности, в результате которого некоторые компании проиграли, а некоторые устояли и выдержали последствия кризиса 1998 г. Это, к примеру, нефтяные компании Сургутнефтегаз, Лукойл.

Третий период охватывает 1998-2000 гг. Данный период времени отражает последствия дефолта 1998 года и начала совершенно нового периода экономики и политики России. Политическое и экономическое господство небольшой группы людей, правящих государством, потерпело некоторые видоизменения, которые отражали кризис экономической системы. Результатом дефолта явилось то, что одни компании ушли с рынка, а другие остались. Остались, конечно, предприятия крупного бизнеса виде ФПГ, деятельность которых не зависела от финансового рынка, который был представлен множеством кредитных фирм. Дефолт уничтожил не все банки, а только небольшие, имеющие небольшой запас надёжности и финансовой прочности, а крупные банки, банки-гиганты входящие в состав ФПГ, остались. Правительство Кириенко сменило правительство Примакова. Новое правительство представило новые законы. Отношение бизнеса к смене правительства и законам было неоднозначным. Чтобы выжить, многие бизнес-группы соглашались с действиями нового правительства в отношении бизнеса. Другие – отказывались, выражая протест. Это доказывало, что несмотря ни на что власть может быть даже при олигархии как институт власти. И доказательством именно этого утверждения, так называемая «семейная» группа смогла в этом периоде времени способствовать в условиях недоверия режиму Б. Н. Ельцина процессу передачи власти В.В. Путину, удалив из федеральных структур власти потенциальных конкурентов, которые могли выражать экономические интересы олигархических бизнес-групп.

Четвертый период охватывает 2000 – 2004 гг. В этот период времени государство, как субъект рынка, заняло прочные позиции и могло диктовать свои новые правила: крупному бизнесу, отвечающие требованиям национальной безопасности, негативными явлениями в экономике, снятию социальной напряженности в обществе. Крупным бизнес-компаниям пришлось отказаться от политических амбиций, связанных с занятием мест во властных структурах, и согласится с новыми правилами игры. Однако в экономической области мало что изменилось, лишь небольшая часть прибыли, полученной от крупного бизнеса, пошла на создание различных денежных фондов. Создаётся Национальный военный фонд, различные национальные проекты, направленные на решение актуальных задач для страны: здравоохранение, образование, жилищно-коммунальный комплекс. Правительство России акцентирует своё внимание на резкое увеличение объёма общественного продукта, на структурную диверсификацию экономики, на придание последней инновационного и социально-ориентированного характера. Правительством принимается среднесрочная программа социально-экономического развития. Надо отметить, что на данном этапе влияние крупных бизнес-групп в сфере политики несколько видоизменилось, борьба за власть продолжается. Это находит своё выражение в том, что влиятельные корпоративные бизнес-группы оказывают влияние в принятии решений в структурных звеньях правительства и президента.

Пятый период охватывает 2005 – 2012 гг. Новый период взаимоотношений государства и бизнеса характеризуется тем, что большинство политиков и экономистов считают этот период особым для экономической и политической жизни России.

Во-первых, большинство крупных бизнес-групп являлись частными по форме собственности, вопросы, связанные с принятием каких-либо управленческих решений и стратегических установок, решались практически без участия государства и власти. В условиях складывания моноцентрической системы управления, в которой усиливалась жесткость вертикали власти, практика существования таких структур противоречила общей политической тенденции, которая выражала политику государства в последние годы. Всё это привело к тому, что несмотря даже на кажущуюся беспроblemность деловых связей власти и крупного бизнеса, в России была проведена национализация целого ряда предприятий, в том числе и крупного бизнеса. Во второй половине 2008 г. финансовый кризис лишил крупные компании зарубежного инвестирования, при этом остро встал вопрос о возврате кредитов. В результате государство получило право влиять на крупнейшие компании и стало, к примеру, владельцем блокирующего пакета акций Норильского никеля [1]. Среднесрочная программа по удвоению ВВП не была выполнена [2].

Во-вторых, Дмитрий Анатольевич Медведев предпринял меры для решения ряда важных задач: такие как борьба с коррупцией, борьба с бедностью и модернизация армии экономики в целом. Эти меры могут быть решены с помощью крупного бизнеса. И на сегодня задачей номер один стоит вопрос о создании партнёрских отношений государства и частного корпоративного бизнеса. Борьба с коррупцией – это, пожалуй, самое уязвимое место. На протяжении десятилетий все важные вопросы решались с помощью взяток. Поэтому сейчас ведётся активная борьба с коррупцией на всех уровнях власти. Решить вопросы по борьбе с бедностью можно, если часть социальной ответственности возложить крупным компаниям холдингового типа, причём не в разовой форме, а постоянно. Процесс оказания помощи крупными бизнес-компаниям должен носить системный характер. Многие крупные компании уже и сегодня занимаются благотворительностью, оказывают помощь детским домам, интернатам для престарелых людей.

На основании вышеизложенных проблем, государственная власть заинтересована в том, чтобы крупный корпоративный бизнес помогал решать государственные социальные задачи, придав этому процессу системный постоянный характер. Решать вопросы какое финансирование потребуется, и на какое время, определяет государство. Государство как субъект рынка само устанавливает приоритеты

социальной помощи и реализует их для получения необходимого финансирования. При этом государство использует механизм государственной налоговой политики, налогового администрирования, всё это является регулированием государством крупных бизнес-компаний. Сегодня дискутируется вопрос анализа институционального выбора: это либо грубое вмешательство государства, либо корпоративная социальная ответственность (КСО). Понятие КСО варьируется в широких пределах – от корпоративной благотворительности до создания рабочих мест и строгого соблюдения законов. КСО предполагает, что крупный бизнес должен не только ставить своей целью достижения каких-либо коммерческих и финансовых результатов, но и способствовать решению таких вопросов как устойчивого финансового развития, соблюдения бизнес-этики, охраны окружающей среды, не ущемления социальных и экономических прав. Как отмечает Л. Полищук, «эффективность государственного регулирования зависит от сложности и масштаба решаемых задач и способности регулирующих органов эффективно исполнять свои функции. Чем сложнее и многочисленнее требующие регулирования задачи и чем сильнее сомнения в способности государства с ними справиться, тем больше оснований полагаться на КСО» [3].

В-третьих, правительство России заинтересовано в том, чтобы придать существующей власти максимально стабильный и устойчивый характер: необходима полная управляемость процесса для достижения «умной экономики, производящей уникальные знания, новые вещи и технологии, вещи и технологии, полезные людям» [4].

Итак, по взаимоотношениям государства и бизнеса на современном этапе развития можно сделать следующие выводы.

1. Государство является определяющей силой во всех областях политической и экономической сферах деятельности, которые представляют для него экономический и политический интерес.

2. Государство как главный субъект рынка признает политически важными для экономики России вопросы, связанные со сделками, влияющими на права собственности в крупных компаниях холдингового типа.

3. Президентская власть намеревается усилить контроль в крупных частных бизнес-компаниях. Государство должно выступать главной регулирующей силой, решая этим важную политическую задачу правительства России.

4. Крупные компании холдингового типа сохраняют возможность активной политической игры, но с некоторыми ограничениями. О помощи государства эффективно работающим компаниям говорил Д. Медведев в своём послании федеральному собранию [4].

Особенности российской экономики, различные социально-экономические проблемы, кризис, ограниченные возможности государственного вмешательства создают в России благоприятные условия для КСО. Это снизит угрозу роста гражданской активности, обеспечит занятость населения.

Список использованных источников и литературы

1. Крупнейшие российские компании: новая ситуация // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №1. – С.122-126.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. – М.: Проспект, 2009. – 124 с.
3. Полищук Л. Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: анализ институционального выбора // Вопросы экономики. 2009. – № 10. – С. 4-22.
4. Послание Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации // Российская газета. – 13 ноября 2009г. – № 214. – С. 3-5.
5. Программа социально-экономического развития на среднесрочную перспективу (2005-2008 гг.) – М., – 221с.

ПРИНЦИП РАВЕНСТВА В ПРАВОВОМ ОБЩЕСТВЕ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Бодылевский В.С., преподаватель
филиал РГСУ г. Нефтеюганск

При всем различии и многообразии конкретно-исторических форм проявления и действия принципов формального равенства (и, следовательно, права как всеобщей и равной меры свободы) в различных социально-экономических формациях данный принцип сохраняет универсальное значение для всех исторических типов и систем действующего (так называемого позитивного) права. Последние и являются собственно правовыми лишь в той мере и постольку, поскольку в них присутствует, нормативно выражен и действует принцип формального равенства и формальной свободы.

Неофициальная принудительность создает принцип формального равенства и другие объективные свойства права, а, напротив, они (в силу своей объективной общезначимости) требуют их признания, реализации и защиты в общеобязательных формах. Однако на практике нередко в официальном порядке общеобязательными фактически признаются и наделяются законной силой также и неправовые нормы. Поэтому закон (в широком смысле этого слова, охватывающем все официально признанные нормы и

источники действующего права) может, как соответствовать праву (таков правовой закон), так и расходиться с ним в случае возможных ошибок законодателя, а так же различных злоупотреблений формой закона. Проблема соотношения права и закона имеет фундаментальное значение для всех направлений теории и философии права прошлого и современности. Согласно диалектической концепции правопонимания, закон – это форма конкретизации права, конкретная форма его выражения и действия. Отсюда вытекает двуединое требование: право и только оно должно стать законом, а закон должен быть правовым (не только по наименованию, но и по своей сути и содержанию). Противоположный подход характерен для представителей различных направлений юридического позитивизма, согласно которым право – это приказ официальной власти, а отличительный признак права – его принудительность, благодаря которой ни что неправоное впервые становится правовым. При таком подходе стирается всякое различие между правом и произволом, а сам закон из правового явления (формы выражения права) превращается в средство противоправного нормотворчества и инструмент насилия.

В середине 30-х годов в советской теории права доминировало нигилистическое отношение к праву как по своей сути явлению буржуазному; в целом господствовали представления о невозможности собственно социалистического права, о быстром принципе вытеснения и отмирания элементов «буржуазного права» при социализме (принципа формального равенства и связанных с ним других объективных свойств и требований права) и замены его принципом целесообразности, организационно-техническими нормами, централизованным плановым началом и т.п. В дальнейшем этот правовой нигилизм был по существу сохранен и модернизирован в юридико-позитивистском духе, когда, признав социалистическое право, фактически стали трактовать его как совокупность приказных норм и установлений уже тотально господствующей административно-командной системы. Такой подход к праву был на Советском правительстве по вопросам науки Советского государства и права (1938 г.) и до сих пор занимает влиятельные позиции в широком научном и общественном сознании, хотя критика некоторых положений этого подхода ведется отдельными правоведами, уже начиная со второй половины 50-х годов.

В 70-80-е годы в советской теории права стало складываться новое направление, опирающееся на концепцию различения права и закона (с пониманием права как всеобщей и равной меры свободы) и ориентированная на критику антиправового законодательства, на обоснование необходимости и социальной ценности правового закона. Дальнейшая разработка этой концепции и последовательная реализация ее положений и требований стали одним из важнейших факторов правового обеспечения, соблюдения прав и свобод личности, движения к правовому государству. Правовой закон и правовое государство внутренне взаимосвязаны: в обоих случаях речь идет о различных формах выражения (нормативная и институциональная формы) идеи и принципы господства права. Правовое государство невозможно без утверждения верховенства правового закона, а правовой закон для своего установления и последовательной реализации нуждается в правовом государстве с соответствующим разделением властей (на законодательную, исполнительную и судебную власти с их взаимными сдержками и противовесами), с конституционно-правовым контролем.

Существует мнение, согласно которому поступать в соответствии с юридической нормы, подчиняться ее требованиям – значит действовать несвободно, быть связанными этими требованиями. Против этого мнения нелегко возражать, поскольку в своей истории человечество слишком часто имело дело с социально-недоброкачественным правом, которое фактически губило свободу, ограничивало ее во многих отношениях. И все же с философской точки зрения свобода есть важнейший конституирующий фактор определения права, хотя между ними всегда были и есть глубокие противоречия, нарушающие их связи, зыбкое не прочное равновесие. Не случайно, когда в связи с созданием правового государства некоторые публицисты с увлечением заговорили о будущем «господстве права», «культе закона» и т.п., появились и тревожные вопросы: не станем ли мы «рабами» права, не принесем ли мы свою свободу в жертву «нового культа»? Тем более что идея правового государства есть, если ее договорить до конца обязательно предполагает повышенную степень связанности законами не только власти в отношении народа, но и народа в отношении власти. Ответственность тут взаимная.

И все же право в будущем полнее, чем в предшествующие эпохи, раскроется как сила утверждающая свободу, как фактор освободительный, и только в такой своей миссии оно будет способным сообщать правовые качества обществу и государству. Право представляет нормативную основу цивилизованного общества вместе с моралью, политическими нормами, возможно, религиозными, этикетом и т.д. Оно должно работать в одном ряду социальных нормативно-регулятивных систем, где занимает место, близко примыкающее к публичной власти, государственному управлению обществом и поэтому выступает в качестве официального нередко формально регулятора общественных отношений. Вот почему степень правового развития цивилизованного общества, его правовая культура определяются не только тем, насколько совершенны или нет юридические нормы и институты, но и состоянием всего ряда нормативно-регулятивных систем, прежде всего моральным и политическим состоянием общества. В обществе, развращенном и безнравственном, невозможно достичь высокого уровня правового развития, а о создании правового государства нечего даже говорить.

ЗНАНИЕ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Бодылевский В.С., преподаватель; Сайфутдинов Р.А., студент

филиал РГСУ г. Нефтеюганск

Концепция постиндустриального общества предложена О. Тоффлером, – речь идет о концепции цивилизации, названной «сверхиндивидуальной»; О. Тоффлер дал интерпретацию доминирующих в современном обществе тенденций технологического и социального развития, исследуемых в пределах распространенных в конце XX века на Западе теорий постиндустриализма; концепция сверх индустриальной цивилизации нашла последовательное воплощение в трилогии «Футурошок» (1970), «Третья волна» (1980), «Сдвиг власти. Знания, богатство и насилие на пороге XXI века» (1990), и в последней заключительной части трилогии дан завершающий анализ тенденций развития социума к информативной стадии его эволюции. Проблемы, поднимаемые О. Тоффлером, во много родственны проблемам работ Р. Дарендорфа, Д. Белла, З. Бжезинского, К. Боулдинга. Позднее эти идеи нашли отражение в аналитических версиях мир-системного подхода, предлагаемого И. Валлерстайном. Однако общность проблемных сфер не позволяет не заметить то особое, что присуще анализу, предпринятому О. Тоффлером: именно О. Тоффлер предупредил о том, что культ технологических императивов чрезмерно опасен. Так в «Футурошке», исследуя факторы ускорения, социальные и технологические изменения факторов ускорения, О.Тоффлер не предлагает модель будущего общества, – он говорит лишь о процессе изменений. Если более точно сопоставить проблематику частей трилогий О. Тоффлера, она такова: в первой из них исследуется ускорение технологических и социальных изменений, происходящие в современном обществе начиная с середины 50-х годов и оказывающие на индивида и общества шоковое воздействие (то есть рассматривается процесс ускоряющихся изменений безотносительно к его направленности); во второй книге исследуются направления изменений, в третьей – проблема управления изменениями. В «Третьей волне» автором дан анализ цивилизации, при этом третья волна не имеет названия, хотя контуры этой цивилизационной ступени очерчены достаточно определенно: возникший способ производства изменит уровень занятости и структуру промышленности распределения политической и экономической власти, размер предприятий, международное разделение труда, роль женщины в экономике, отделение производителя от потребителя изменит источники рабочих мест. Вторая волна породила цепь массовых обществ с массовым производством; «третья волна» использует принципы децентрализации, дестандартизации, дебюрократизации. О. Тоффлер вводит понятие, центральное в характеристике нового способа производства «третьей волны», – «демассофикация». «Третья волна» – развитие цивилизации в качестве информационного ее типа. Приход «третьей волны» меняет матрицу цивилизации, генетический код, определяющий цивилизационный процесс, – меняются принципы кодекса индустриальной цивилизации, они переживают радикальную ломку.

В организации будущего нет жесткой иерархии. Они состоят из небольших компонентов, образующих конфигурации временного характера. Причем каждый из этих компонентов поддерживает самостоятельные связи с внешним миром. Эти организации могут перестраиваться по мере необходимости, чтобы затем, если это потребуется, снова принять прежнюю форму. Лишь все более децентрализующее экономическое регулирование может оказаться «работающим» в новых условиях, экономика же Запада все более децентрализуется в момент, когда она кажется глобальной и однородной, уходит принцип максимизации, и мы начинаем осознавать, что ни большое, ни малое само по себе не прекрасно, что все зависит от соразмерного сочетания частей. Максимальное уступает место оптимальному. «Вторая волна» возвела эксперта на пьедестал. Сегодня он все больше подвергается критике за узкий взгляд на вещи. Более того, предпринимаются попытки ограничить власть эксперта за счет участия непрофессионалов в принятии решений, особенно тех, которые непосредственно влияют на их жизнь.

Трансформируется принцип концентрации. Ранее концентрировались деньги, энергия, ресурсы, люди. Ныне усиливается географическое рассредоточение. Проводятся многочисленные эксперименты по деконцентрации людей. В работе 1983 года «Раса, власть и культура» О. Тоффлер образно сформулировал стратегию действий нового общества, когда писал об обреченности действий политиков, основывающихся на прошлом: имеет больше смысла бороться за часть будущего, чем за часть прошлого, – более важно внимание к растущему сектору экономике Третьей волны, чем к сужающемуся сектору экономики Второй волны. О. Тоффлер анализирует скрытый прогресс переструктурирования экономического переворота в странах с высококоразвитой технологией. В этой связи О. Тоффлер пишет, что переход к новым отраслям, таким, как компьютерная и коммуникации или новейшие виды услуг в таких отраслях, как здравоохранение и его вспомогательные сферы, такие как медицинская электроника означает признание долгосрочного перехода к местному и региональному производству и децентрализации производства. Этот переход уже происходит. Это означает осознание последствий деурбанизации. При этом мы имеем дело с существенно новой культурой. Чем более пишет О. Тоффлер, мы приближаемся к экономике Третьей волны, тем большее значение имеет культура. Многие из новых профессий в эти отраслях зависят от культуры такими способами, которых не было прежде. Новая экономика вознаграждает за умение общаться символами, образами и абстракциями, за способность

говорить и мыслить логично и за другие способности, которые в наименьшей степени были необходимы и в наименьшей степени вознаграждались.

Экономика периода Второй волны вознаграждала за определенные свойства характера: точность, подчинение единой центральной власти, способность к пониманию того, как функционирует бюрократия, способность смириться с пожизненным механическим и однообразным трудом. Навоя экономика Третьей волны тоже вознаграждает за определенные свойства, но они не обязательно будут такими же, как при Второй волне. Она в наибольшей степени вознаграждает за познавательные способности и образование. Но существует много и других личностных свойств, которые встречаются не так часто. Экономика Третьей волны будет также вознаграждать людей, которые способны к быстрому приспособлению к изменениям; гибкие способны работать более чем на одного босса и, может быть, даже одновременно выступать в роли босса. Ей понадобятся люди, которые могут не иметь навыка в какой-то одной пожизненной специальности, но обладают опытом в нескольких различных областях и способностью перемещать идеи из одной сферы в другую. Она будет вознаграждать индивидуальность и предприимчивость.

Радикальной перестройке и трансформации подвержены в условиях постиндустриализма все ключевые институты индустриального века, включая корпорации: идет радикальное переосмысление значения производства и института, которые вплоть до настоящего времени был ответственен за его организацию; происходит комплексный сдвиг в направлении корпорации нового стиля, – факт, отмеченный У. Хейлалом, профессором менеджмента Американского университета: «подобно тому, как на смену феодальному поместью пришла деловая корпорация, когда аграрные общества были преобразованы в индустриальные, точно также старая модель фирмы будет заменена новой формой экономического института...», – того экономического института, под эгидой которого объединятся экономические и трансэкономические цели. Что касается корпорации «второй волны», она устарела, и это происходит в условиях, когда экономическая инфраструктура «второй волны» находится в состоянии хаоса, когда по мере усиления демассификации возрастают темпы изменений, когда биосфера в опасности, когда уровень организации общества возрастает, а информационные, политические и этнические условия производства радикально изменены. Происходит фундаментальное «смена парадигмы», перестройка представлений о структуре, целях и ответственности корпораций; любая корпорация ответственна сегодня как за экономическую, так и за экологическую, социальную, информационную, политическую и моральную «продукцию»: возникает многоцелевая корпорация будущего.

ВЛАСТЬ И ВЛИЯНИЕ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА: ВИДЫ И СВОЙСТВА

Вагина Л.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Власть в организации – одна из разновидностей общественной власти. Она обладает всеми общими свойствами власти и одновременно некоторыми особенностями, связанными с уровнем организации и характером её деятельности. Власть – это один из способов влияния субъекта управления на объект управления. Власть – это способность и возможность оказывать определяющее воздействие на деятельность, поведение людей с помощью каких-либо средств – воли, авторитета, права, насилия и т.п. [1.С.100].

На основе определений власти можно интегрировать её другие трактовки, раскрыть структуру, а также общие свойства власти, специфически проявляющиеся в деловых организациях. К таким свойствам относятся:

- Социальный характер. Власть не является персональным, личным свойством или атрибутом какого-нибудь лица, а существует лишь в отношениях между людьми, т.е. как социальное отношение.
- Асимметричность. Представляя собой отношение и взаимодействие различных людей, власть характеризуется неравномерностью, асимметричностью влияния, его направленностью от руководителя к подчиненному.
- Целенаправленность, или целевая детерминация власти. Власть в организации строится на основе определенных целей, прежде всего целей организации, а также руководителя и сотрудников.
- Потенциальный характер влияния ресурсов (средств) власти. Это означает, что подчинение обычно достигается без применения средств воздействия, однако либо при угрозе (в случае наказания), либо при ожидании (в случае вознаграждения) их использования.
- Вера исполнителей в способность руководителя (носителя власти) оказывать влияние на них самих, их потребности и интересы. Без такой веры человек или руководящий орган, даже если они обладают эффективными средствами воздействия, не добьются устойчивого подчинения.
- Возможность сопротивления и даже неподчинения. Власть никогда не бывает абсолютной, поскольку человек обладает свободой выбора и, например, в исключительных случаях, может сделать все, чтобы не подчиниться. В организации сила власти вообще существенно ограничена.

- Причинный, казуальный характер власти. Власть одного человека выступает причиной поведения другого человека, которое в свою очередь, является следствием властного воздействия первого.

- Частичная, ограниченная властная детерминация поведения, особенно поведения в организации. Власть на предприятии никогда не охватывает всех причин поведения. Она не распространяется на личную жизнь и свободу. При желании сотрудник может уволиться и уйти с поля, на котором действует не устраивающая его власть [1.С.102].

Специфическим отражением подчиненными (объектом власти) ресурсов, которыми обладает руководитель, а также его личных качеств выступают основания власти. Они раскрывают мотивы подчинения и непосредственно связаны с соответствующими видами власти. Обычно выделяют следующие основания и, соответственно, виды власти в организации:

Власть принуждения. Ее сила определяется ожиданием управляемого объекта применения власти (назовем его В) в той мере, в какой управляющий субъект власти (назовем его А) способен наказать В за нежелательное поведение путем физического воздействия, ограничения свободы передвижения или действий в некотором социальном пространстве, блокирования удовлетворения той или иной потребности. Кроме того, в данном случае играет роль ожидание, насколько А способен сделать так, чтобы применение санкций зависело от степени отклонения поведения В от нормативного. Крайние случаи власти принуждения - применение непосредственного физического воздействия. В организациях такая власть осуществляется в виде соглашения между руководителями и подчиненными, нарушение которого со стороны подчиненных грозит штрафами, выговорами, увольнениями и другими подобными санкциями.

Власть связей основана на связях применяющего власть субъекта А с влиятельным или обладающим крупными ресурсами лицом С, через которое А может повлиять на поведение объекта применения власти В. Хотя изменения поведения в желательную для себя сторону добивается А, объект власти ориентирован не на него, а на третье лицо С, которое напрямую не задействовано в ситуации применения власти [2.С.432].

Экспертная власть. Ресурсом власти, позволяющим субъекту А изменять в нужную ему сторону поведение объекта власти В, является совокупность знаний, навыков, интуиции и умений, которые В приписывает А. В считает А экспертом в некоторой области (знает где, куда и как) и в силу этого подчиняется ему только в пределах этой области, с которой связаны его потребности и интересы, требующие компетентности А. В данном случае власть ограничена определенной ситуацией, областью компетентности А.

Референтная власть (харизма). Здесь сила власти зависит от желания объекта воздействия власти В быть похожим или поступать так же, как субъект власти А носитель харизмы – власти, построенной на силе личностных качеств и способностей лидера. Идентифицируя себя с А, В будет восхищаться им, стремиться походить на него, по этому В будет выполнять многие желания и указания А, связанные с изменением своего поведения и с действиями во многих областях соприкосновения А и В, так как мнение А весьма значимо для него. Властное воздействие в данном случае легко воспринимается В.

Нормативная власть задействует непосредственно механизм воздействия нормативных культурных образцов на поведение индивидов. Власть в данном случае основана на интернализированных нормах, согласно которым А имеет право контролировать соблюдение определенных правил поведения и в случае необходимости настаивать на их выполнении. Другими словами, А создает новые или использует старые, выгодные ему социальные нормы. При этом основной задачей А является создание условий для интернализации этих норм большинством группы таким образом, чтобы они считали эти нормы справедливыми и составляющими необходимую часть их субкультуры, чувствовали дискомфорт при их нарушении.

Информационная власть основана на том, что А владеет информацией, представляющей достаточную ценность объекту властного воздействия В. Поскольку В нуждается в этой информации, стремится быть «в курсе», то за передачу этой информации А может требовать уступок в поведении В. В таком обмене используется различная информация – от информации интимного характера, позволяющей осуществлять шантаж, до деловой информации, необходимой для успешного выполнения поставленной задачи в условиях организации. В деятельности современных организаций информация в качестве ресурса власти приобретает все большее значение, как в сфере межличностного общения, так и в сфере взаимодействия между организациями, а также между организациями и социальными институтами общества.

Власть вознаграждения представляет собой весьма распространенный способ применения власти и сводится к воздействию через «ожидание В того, в какой мере А в состоянии удовлетворить один из его (В) мотивов и на сколько А поставит это удовлетворение в зависимость от желательного для него поведения В». Использование этого основания власти связано с двумя существенными моментами. Во-первых, А должен иметь ресурсы для удовлетворения какого-либо мотива В и знать силу воздействия на этот мотив с целью его удовлетворения. Во-вторых, А должен заставить В поступать определенным образом, играя на удовлетворении этого мотива. Второе условие власти через вознаграждение достигается далеко не всегда и вознаграждение не приводит к нужному А изменению поведения В.

Власть через участие (привлечение) подчиненных к процессам управления. Здесь А не навязывает свою волю В, а просто предлагает В принять участие в формулировании целей организации или ее подразделений, а затем в ее реализации (эти цели должны быть выгодны А). В дальнейшем В начинает следовать этим целям, так как считает их в какой-то степени своими собственными и чувствует себя обязанным по отношению к тем, с кем разрабатывал цели в одной команде. Такое основание власти может применяться руководителями лишь при достаточно высокой культуре подчиненных.

Авторитетная власть (формальная власть и авторитет). Авторитет руководителя – это также один из видов власти. Авторитет – это способность руководителя побуждать и увлекать других людей, убеждать и ободрять их на достижение особых целей или на особую деятельность. Это способность человека влиять на других людей путем правильного их мотивирования. Авторитет присваивается человеку группой, которая затем позволяет вести её к достижению цели и к успеху.

Авторитет – это положительная оценка достоинств руководителя и убежденность подчиненных в правильности и точности принимаемых им решений. Характеристики влияющего настолько привлекательны для исполнителя, что он хочет быть таким же. Исполнитель верит, что влияющий обладает знаниями и опытом, которые позволят ему удовлетворить потребность.

Авторитет основан на двух источниках: на вере в личностные особенности человека, его престиж; на вере в способности человека, его деловые качества.

Реальный авторитет складывается как единство специалиста, должности и личности. Его завоевывает сам руководитель, который предстает перед коллективом как человек, наделенный умом, волей, принципиальностью, как человек требовательный, но справедливый, нравственно чистоплотный.

Классический анализ оснований власти позволяет осуществлять целенаправленный выбор руководителями организации способов влияния на подчиненных в зависимости от ситуации, складывающейся в области межличностных отношений [3.С.184].

Список использованных источников и литературы

1. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 279 с.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2008. – 672 с.
3. Аветисян М.В. Менеджмент. – М.: Юрипруденция, 2003. – 248 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОСТРОЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

Власова С.А., к.ф.н., доцент
филиал РГСУ г. Нефтеюганск

Перспективы построения в России гражданского общества, равно как и перспективы постсоветского развития связаны с состоянием российской многопартийности и становлением института политических партий. Когда-то М. Вебер назвал процесс становления политических систем детищем демократии и избирательного права для масс. Ряд авторов (В.А. Динес, А.Н. Николаев) рассматривает возникновение института многопартийности как важнейший признак становления в стране гражданского общества. Партии способствуют большей эффективности представительных институтов, а также выступают в роли социальных посредников, облегчая коммуникацию между политическими элитами и обществом по «вертикали» и между отдельными его сегментами по «горизонтали». Политические партии посредством своего представительства во власти становятся частью законодательной и исполнительной властей; гражданское общество интегрируется в государство, получает властные рычаги по принятию государственных решений и распределению ресурсов. В системе современной демократии партии призваны выступать каналом трансляции интересов гражданского общества, главным посредником между ним и государством.

Политические партии представляют собой один из базовых элементов структуры современного общества, без которого не мыслится функционирование представительной демократии и формирование законодательной ветви государственной власти через процедуру конкурентных выборов. Возникнув как инструмент реализации специфических групповых интересов конфликтующих между собой социальных сил посредством получения, удержания и осуществления государственной власти, партии стали мощным фактором демократизации политической системы в целом. Политические партии и движения создают для рядовых граждан возможности, хотя бы в какой-то степени, влиять на правящую элиту, влиять на ее обновление, заставляют ее действовать не только в собственных интересах. В деятельности партий реализуются фундаментальные принципы демократии – политический плюрализм, представительство, выборность должностных лиц. В современных либерально-демократических системах партии, как правило, выступают в качестве носителей конкурирующих друг с другом политических курсов, не ставя под сомнение законность существующего конституционного строя. Появление и развитие политических партий в значительной мере свидетельствует об эффективности политической системы общества, является важным фактором укрепления демократической природы государства, обеспечения политических прав граждан и формирования в стране гражданского общества.

Ситуация в России переходного времени сложилась таким образом, что с развитием многопартийности связывались надежды на быстрый переход к демократии после краха тоталитарного режима и ухода КПСС с политической сцены. Но результаты становления партийной системы в России оставляют противоречивое впечатление. В России многопартийность официально признана Конституцией Российской Федерации 1993 г. (ст. 13). Принят специальный закон, регулирующий партийную деятельность. Представителям партий выделена половина депутатских мандатов в Госдуме. Накануне выборов 1999 г. Министерством юстиции Российской Федерации было зарегистрировано около 140 политических партий и движений, имеющих право участвовать в избирательной кампании. Но после более десяти лет с момента принятия закона, разрешившего деятельность политических партий, стало очевидным несоответствие между теоретическими представлениями о партийной демократии, почерпнутыми из исторического опыта западных стран и реальной отечественной многопартийностью. Результаты опросов общественного мнения говорят о девальвации института политических партий в сознании россиян. По данным Российского независимого института социальных и национальных проблем, с 1997 по 2000 г. число считающих многопартийность важным элементом демократии сократилось с 39% до 26%. Для подобного отношения есть объективные основания. Как отмечают В.А. Динес и А.Н. Новиков, слабость гражданского общества, отсутствие социальных групп со своими сложившимися стабильными интересами, неразвитость частной собственности, составляющей фундамент независимости индивида от государства, привели к тому, что современные российские партии представляют довольно аморфное образование. Функциональная нагрузка партий в российской политической системе остается невысокой. Ни одна из типичных для зрелой демократии функций не выполняется ими в полной мере.

Полноценная партия должна обладать разветвленной структурой, между различными частями которой существует строго оговоренное разделение полномочий и обязанностей. Она должна иметь достаточное число активистов, региональную сеть отделений и избираемые центральные органы. С точки зрения развитых организационных структур полноценной партийной системы в России нет. Существующие в России партии в большинстве своем – это не столько сформировавшиеся партии классического типа, сколько протопартии, находящиеся в процессе становления. Исключение составляют только КПРФ и в определенной степени Единая Россия.

Значительная часть российских партий претендует на выражение интересов всего общества в целом, выражая на самом деле интересы только своих членов. Многие политические объединения называют себя выразителями интересов т.н. «среднего класса», признавая в то же время, что «средний класс» как таковой в современной России еще не сложился. Нередко та или иная партия заявляет, что выступает от имени конкретной социальной группы, однако при этом сама группа не спешит группы, однако при этом сама группа не спешит делегировать данной партии такое право (это наиболее характерно для партий, выступающих от лица бизнесменов и предпринимателей). Если даже партии удается заручиться поддержкой представителей определенного социального слоя, то, как правило, за счет связи с его верхушкой (пример – Аграрная партия России).

Тормозящим фактором развития партий является также российская традиция образования политических партий, когда в основной своей массе они вырастали не из недр гражданского общества, а формировались вокруг популярных лидеров, парламентских фракций, влиятельных финансовых группировок. Такой подход во многом – породил и организационную специфику российских партий, как «рыхлых», «недоразвитых», находящихся в рамках «садового кольца» и имеющих слабое представительство в регионах. Почти все российские партии строились «сверху вниз», поэтому они являются в первую очередь политическим орудием лидера, а не представителем интересов какого-либо сегмента гражданского общества.

В сложившейся постсоветской политической системе партии не только не участвуют в формировании исполнительной власти, но и оказывают весьма ограниченное влияние на ее политический курс, а роль законодательной власти, в которой партии представлены достаточно весомо, остается недостаточно высокой.

При этом государственная власть главным образом опирается не на партийные, а на корпоративные интересы.

Место партий и партийной системы России как буфера политической активности детерминировано конституционным дизайном, предоставляющим практически неограниченную власть Президенту и исполнительной власти при незначительной роли парламента. Губернаторы в регионах также не нуждаются в партиях как средстве консолидации своих режимов и избегают партийной активности. Примечательно, что закрытые для общественного контроля кланово-корпоративные связи и отношения, когда партии почти не имеют возможности определять состав правительства и контролировать его курс. Единственным государственным институтом, где фиксируются результаты межпартийной борьбы и партии играют ключевую роль, можно назвать Государственную Думу. Однако, поскольку партии фактически не привлекаются к формированию органов власти и принятию ключевых решений общегосударственного масштаба, деятельность парламентских фракций ограничивается лоббированием узкогрупповых интересов, политической рекламой, принятием популистских решений и

в конечном итоге порождает безответственность политических партий перед гражданским обществом и государством; партии оказываются свободными от ответственности за свои программы.

Существует ли механизм обратной связи гражданского общества и партий? Реальным механизмом обратной связи гражданского общества и политических партий являются выборы: выборы становятся главным стимулом партийной деятельности. Ради электоральных успехов накапливаются ресурсы, вырабатываются коалиционные стратегии. Партийные программы конструируются под избирательную кампанию и сводятся к набору лозунгов.

Население же отчуждено от деятельности конкретных партий. Они существуют для него в виртуальном телевизионном пространстве.

Деятельность политических партий и других общественных объединений регулировалась Законом «Об общественных объединениях»; закон не выделял политические партии как отдельную специфическую форму общественной организации, призванной участвовать в политической деятельности, что вело к разрастанию количества партийных образований. Законодательство о выборах, не упоминая политические партии, использовало понятие избирательного объединения; это не стимулировало создание настоящих политических партий, поскольку при политических партиях, поскольку при определенных условиях бывает политически более выгодным не называться партией.

Законодательное оформление политических партий в России произошло летом 2001 г., когда был принят Федеральный закон «О политических партиях»: политическая партия это «общественное объединение, созданное в целях участия граждан РФ в политической жизни общества посредством формирования и выражения их политической воли, участия в общественных и политических акциях, в выборах и референдумах, а также в целях представления интересов граждан в органах государственной власти и местного самоуправления»; лишь политическим партиям (из всех общественных объединений) принадлежит право самостоятельно выдвигать списки и кандидатов в депутаты и на иные выборные должности; целью закона является конституирование института политических партий как элемента гражданского общества. Закон призван стимулировать деятельность партий в регионах, приблизить их к гражданам, усилить демократические начала в российском партийном строительстве. И, тем не менее, закон не изменил положения политических партий в политической системе России. Конституционно-правовые позиции в российском законодательстве остаются подчиненными идее сильной президентской и исполнительной власти; партии не определяют содержания борьбы за исполнительную власть.

Однако реформа избирательного законодательства и партийной системы может выступить фактором укрепления партий, т.к. позволит создать основу для развития массового членства в партиях, укрепления региональных партийных организаций, их представительства в органах законодательной власти. Она обязывает партии к постоянному участию в выборах, разработке программно-идеологических принципов, что придаст им общественный и политический смысл, будет стимулировать к установлению контактов со структурами гражданского общества. Изменятся и принципы включения политических партий и движений в региональный политический процесс.

Закон о партиях включает большинство политических партий в процесс конфигурации политических факторов в регионе в связи с тем, что в скором времени все члены законодательных органов должны стать представителями политических партий, т.е. политические партии начинают обладать значимыми властными политико-организационными ресурсами. Основной целью ныне существующих парламентских политических партий станет сохранение своего парламентского статуса и повышение, политической роли в политической системе страны. Это будет означать начало этапа внутреннего саморазвития – реального включения в политический процесс на региональном уровне, расширение своего общественно-политического участия в становлении российской государственности и становлении основ гражданского общества в России.

Доминирующим элементом в политической системе социума является модель государства. Сегодня значимость обрели аспекты государственной деятельности, связанные с социальными отношениями, жизнедеятельностью классов, социальных групп и отдельных граждан. Изменился характер регулирования взаимоотношений государства и общества; в теории утвердилось понятие «социальное государство» и связанные с ним понятия «правовое государство» и «государство благосостояния». Сама идея социального государства превращена в конституционный принцип ряда стран; социальное государство интерпретируется как социально ориентированный тип государства с развитой многоукладной экономикой, высоким уровнем социальной защищенности всех граждан, утверждением принципа социальной справедливости. В Конституции России также продекларировано: Российская Федерация является социальным государством.

В развитых странах, несмотря на высокий жизненный уровень, имеются серьезные трудности и социальные противоречия. Так в странах Евросоюза 13 миллионов безработных (данные за 1999 г.). Исследующий проблему перспектив европейской модели социального государства А.Г. Мысливченко считает, что на Западе формируется «общество двух третей», где две трети граждан находятся в привилегированном положении (имеют рабочие места, обеспечивающие им благополучную жизнь), а одна треть граждан маргинализируется; исследователи называют их «исключенными», исключенными из участия в общественном прогрессе, из системы социальных гарантий. Проблема массовой безработицы приобрела настолько острый характер, что IV съезд партии европейских социалистов (1999 г.) вынужден

был принят специальный «Европейский пакт о занятости». Возможности социального государства в развитых странах решать эти вопросы прежними методами опеки и социальных выплат все более суживаются; государственные расходы из бюджета на социальные нужды достигли своего предела; социал-демократическая политика перераспределения национального дохода проявляет свою неэффективность. Необходимо внесение корректив, связанных с переходом от патерналистской роли государства к государству «социальных инвестиций» в человеческий и социальный капитал.

Ведущая роль в создании социального государства принадлежит социал-демократам, их идеологические принципы (социальная справедливость, равноправное участие граждан в управлении, общественный контроль над экономикой, солидарность и т.д.) созвучны задачам социального государства.

Говоря о роли государства, социал-демократы полагают: государство призвано отражать интересы всех классов и социальных групп; используя механизм управления обществом посредством государственных институтов, возглавляемых социал-демократами, их партнерами по коалиции, опираясь на демократические принципы, возможно достичь соучастия работников в управлении. Важную роль играет усиление роли местных органов власти, а также развитие деятельности свободных организаций и ассоциаций людей, огражденных с помощью законов от прямого вмешательства и регламентации их деятельности со стороны властей.

XXI конгресс Социалистического интернационала (Париж, 1999) пришел к выводу, что под воздействием технологической революции, экономической и финансовой глобализации, исчезновения противостоящих блоков происходит изменение роли национальных государств. В условиях децентрализации изменяется существующая структура государств; существует и предложения о переходе к новой государственной политике (new public policy).

А.Г. Мысливченко пишет, к примеру, о такой примете сегодняшнего дня: в развитии западной социал-демократии происходят изменения, свидетельствующие о зарождении некоего нового типа социал-демократизма, отличающегося по ряду своих установок от «традиционного». Тенденции трансформации нашли свое выражение в формировании «нового лейборизма» (опирающегося на концепцию «третьего пути») в Англии, партии «новой середины» в Германии, а также в программном документе, подписанном Т. Блэром и Г. Шредером в 1999 г. Странники обновления предлагают ограничить функции государства в решении социальных проблем, подчеркивают важность развития частной инициативы, свободы индивида и т.д. Либерализация идеологии социал-демократизма находит свое выражение и в позитивной оценке тех аспектов индивидуализма, которые связаны с развитием индивидуальности человека, его свободы и инициативы: формируется представление о растущей роли ценностей индивидуальной свободы, индивидуальной свободы и индивидуальной ответственности. Эта позиция вызвана качественным сдвигом в развитии массовой базы социал-демократии, ростом новых средних слоев (служащих, техников, чиновников) сдвигаются в середину политического спектра, и здесь интересы новых средних слоев задачи строительства социального государства сочетаются с ориентацией на либеральные ценности. Появился и новый термин, говорящий о смене парадигмы, – «государство инвестиций». Национальное социальное государство обретает статус главного политического инструмента, используются демократические институты для проведения политических установок. Основу институциональности государств благосостояния образует система централизованных социальных соглашений между участниками экономической жизни – профсоюзами, работодателями и государством, контролирующим соглашения.

В последнее десятилетие в странах Запада возникла так называемая интеллектуальная экономика, в основе ее три вида интеллектуальных услуг: инновации, коммуникации и образование. Научно-технические, компьютеризированные отрасли экономики потребовали проведения инновационной политики, организации исследований в области новейших технологий, подготовки и переподготовки специалистов для предприятий «новой экономики», с тем чтобы они могли стать конкурентоспособными на мировом рынке. Понята необходимость реформирования существующей модели социального государства, которое оказалось под значительным финансовым давлением вследствие растущего объема различных социальных выплат (расходы на пособия по безработице в 1998 г. в Германии составили 180 млрд. марок). Защищающие усовершенствованную модель социального государства предлагают перейти от политики «социальных расходов» к политике «социальных инвестиций», финансирования и поощрения людей приобретать нужные квалификации, вместо того чтобы выплачивать компенсацию тем, кто не имеет трудовых доходов. Для обеспечения этого необходимо осуществить перестройку системы образования: полученное образование не гарантирует индивиду шансы на будущее, использование возможностей нового обучения должно быть обеспечено) в течение всей жизни.

Странники концепции «государства инвестиции» предлагают новые подходы к проблемам трудовой занятости, социального обеспечения, увеличения инвестиций в науку, образование, новейшие технологии. Задачей модернизации социал-демократической политики объявлено инвестирование в человеческий капитал – образование, обучение и переобучение кадров. Утверждается, что сложившаяся система социального обеспечения ограничивает возможности человека найти работу, и поэтому эта система должна быть преобразована: необходимо превратить социальную «сеть безопасности», базирующуюся на правомочиях государственной повинности, в систему, благоприятствующую развитию

личной ответственности. «Социальные расходы» и «социальные инвестиции» нужно не противопоставлять, а сочетать. Мысль о том, – пишет Л. Жоспен, – что социальные инвестиции могут заменить многочисленные традиционные расходы государства-попечителя, нереалистична – к примеру, из-за того, что наши общества переживают демографический процесс старения населения, им придется нести последствия этого процесса. Мы не должны – впрочем, и не можем экономить на политике перераспределения. А.Г. Мысливченко совершенно справедливо характеризует ситуацию. Сторонники модернизации роли государства в Европе считают, что в современных условиях деятельность государства в духе иерархического централизма неэффективна, нужны новые ее формы, возникающие в результате разделения труда между государством и обществом в условиях глобализации. Основная надежда при этом возлагается на усиление роли гражданского общества, в котором начинают возникать новые политические формы саморегуляции и в решении проблем, связанные с развитием собственной инициативы и под собственную ответственность. Поэтому должно действовать правило делегирования властных полномочий на как можно более низкие уровни. Принцип «субсидиарности» означает, что государство должно активно выступать в защиту дееспособности граждан, с тем, чтобы они имели в жизни равные исходные шансы. Все это способствует продвижению к тому состоянию, которое К. Маркс называл растворением государства в гражданском обществе. Автор считает, что для борьбы с бюрократизмом и отчуждением населения от институтов власти практикуются различные формы участия граждан в обсуждении и решении социально-экономических и других вопросов: создание на предприятиях и в учреждениях производственных комитетов, независимых общественных комитетов и комиссий, развитие многообразных форм взаимной помощи. Взят курс на формирование «общества соучастия», самосознания гражданами своей роли в государстве, чувства личной ответственности, как за себя, так и за дела в обществе. Гражданское общество может держать под контролем государственные институты.

Однако эффективность социально-экономического развития определяется эффективностью деятельности государства. Отсюда вытекает первостепенная важность предстоящей административной реформы, направленной на модернизацию исполнительной власти и государственной службы. В Послании президента РФ Федеральному собранию (2001) подчеркивалось: «Эффективность государства определяется не столько объемом контролируемой им собственности, сколько действенностью политических, правовых и административных механизмов соблюдения общественных интересов в стране»; решающее значение имеет не форма собственности (частная, государственная), а эффективное политическое управление, создание «механизмов соблюдения общественных интересов», государство же должно выполнять социальную миссию. Идея социального государства играет роль консолидирующей идеи, способствует созданию устойчивой политической системы.

В заключение попытаемся определить те проблемы, которые сегодня наиболее актуальны для аналитика и одновременно имеют практический выход. Среди этих проблем – проблема демократической легитимности. Мы нуждаемся в исследованиях, способных раскрыть различие между демократической легитимностью, обеспечиваемой правовыми, процедурными предпосылками электоральной и парламентской политики, и более широкими «процедурами» демократической публичной сферы, в которых способна участвовать обширная система ассоциаций. Необходимо эмпирически различать типы, уровни и продолжительность поддержки, оказываемой правительствам в рамках более узких процедур политического общества и в рамках более открытых демократических процедур гражданского общества. Важно и изучение проблемы конституционализма: важно изучать возможную роль гражданского общества, его ассоциаций и складывающейся в нем политики в конституционном творчестве, в обеспечении стабильности конституций и в развитии конституционного патриотизма. Но мы должны открыто, и вместе с тем критически, – исследовать, можно ли (и в какой степени) сделать конституции также и конституциями гражданского общества, недвусмысленно обеспечивая каналы участия и укрепляя политически значимые гражданские ассоциации посредством регулирования их внутренней жизни и ограничения форм, в которых они борются за политические влияния.

Представительная демократия существует в различных формах. Однако мы знаем слишком мало об отношении ее разновидностей: консенсусной, системы относительного большинства и мажоритарной системы, президентской и парламентской форм правления, федерализма и унитарного государства – к развитию ассоциаций и субъектов публичной сферы в качестве активных участников формирования общей воли. Много существует сегодня возможных комбинаций имеющихся форм демократических институтов, и нам требуется определить последствия различных комбинаций для гражданского общества. Мало выдвинуто действительно убедительных доводов в пользу предпочтения тех или иных типов и вариантов демократии. Важно и определение соотношения политического общества и гражданского общества.

Местное самоуправление и общенациональные политические партии напоминают (хотя и совершенно по-разному) ассоциации гражданского общества. Требуется выявить воздействие различных моделей местного самоуправления и различных партийных систем на гражданское общество. В отношении местного самоуправления важно будет документировать политические возможности, которые означает для ассоциационной жизни децентрализация. Необходимо также выяснить, не может

ли крайний локализм привести к провинциализации гражданских институтов, чья телеология сегодня транслокальна или даже транснациональна.

Что касается партийных систем, исследовать влияние числа партий, уровня и типа поляризации, а также их организационного строения на различные модели ассоциационной жизни. Следует учитывать и документировать воздействие двух форм размывания дифференциации: это партийная поляризация гражданской жизни, возможная и в многопартийных системах; и проникновение движений и публичных субъектов гражданского общества в политическое общество. Важно и исследование вопроса о средствах информации как первостепенной проблеме для тех, кто заинтересован в демократической публичной сфере.

Из работ исследователей франкфуртской школы, несмотря на односторонность их анализа, мы знаем о проблемах, какие возникают для свободной коммуникации вследствие внедрения в эту сферу товарных отношений и ее коммерциализации. Но мы также знаем, что правительственное проникновение и контроль превращают средства информации в приводные ремни политики. Дальнейшие исследования покажут, что выбор на самом деле – не между превращением культуры в товар и пропагандой. Государственная собственность и корпоративное финансирование не обязательно означают подчинение публичной сферы.

Надо сопоставить различные модели средств общественного обслуживания и исследовать возможные пути такого освоения правового и финансового внедрения государства и экономики, чтобы в необходимых границах сохранялась независимость общественности. Требуется, далее, исследовать отношение ее профессионально разграниченных контингентов к тем формам, общественной коммуникации, где можно без ограничений профессионального свойства обсуждать предложения и доводы, исходящие из областей специального знания. Необходимо показать возможную роль средств общественного обслуживания в отношении такой недифференцированной публичной сферы гражданского общества.

Должно исследовать и проблему глобализации гражданского общества; очевидно, что многие из наиболее значительных организаций гражданского общества являются ныне глобальными по своей сути. Это, в особенности, верно по отношению к организациям, чья деятельность посвящена утверждению основных параметров гражданского общества, какими являются права человека. Аналогичным образом, международный характер присущ сегодня всем по-настоящему общественно значимым сферам гражданского общества. Нам необходимо исследовать отношение глобальных ассоциаций и контингентов мировой общественности к местным обществам и культурам, а равно и к национальным государствам и международным правительственным организациям.

ПРАВОВЫЕ ИННОВАЦИИ ПЕРЕХОДНОГО ВРЕМЕНИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Власова С.А., к.ф.н., доцент; Качалкова С.С., студент
филиал РГСУ г. Нефтеюганск

Исследование феномена правовой государственности имеет давние традиции, между тем до сих пор не сформирована теоретическая позиция относительно того, какова природа правовой государственности. Эта проблема проявляет особую остроту в переходный период, когда осуществляется динамичный процесс перехода от этатистского права к праву конституционному. Гносеологическая ситуация, как мы полагаем, осложнена тем, что в обществе переходного периода формирование доктрины и идеологии правовой государственности имеет свои особенности.

Своеобразие ситуации, на наш взгляд, в том, что общество переходного типа, – каким по сути своей и является Россия, предлагает исследователю богатейший материал для анализа механизма правовых инноваций и конституционных изменений. Сегодня остро проявляют себя разнообразные варианты конфликта легитимности и законности, они находят отражение в конституционной модернизации, в системе реализуемых сегодня правовых инноваций. Последние направлены на консолидацию конституционного режима, ориентированного на идею правовой государственности.

Понимая правовые инновации как особый тип изменений, связанный с внедрением правовых нововведений и способствующий реализации идеи правовой государственности в обществе переходного типа, каким является сегодняшняя Россия, мы отмечаем, что многие вопросы, касающиеся отдельных сторон современного механизма конституционных инноваций, являлись предметом анализа таких исследователей, как С.С. Алексеев, Т.А. Алексеева, Р.Г. Апресян, К.Г. Баллерстром, А. Бланкенагель, К.С. Гаджиев, А.А. Гусейнов, Д.А. Керимов, И.Ю. Козлихин, А.Н. Колесников, Е.И. Козлова, В.Н. Кудрявцев, Е.А. Лукашева, Н.М. Лукач, А.В. Малько, А.Н. Медушевский, В.С. Нерсесянц, М.В. Рац, В.А. Тишков, А.К. Черненко, А.И. Яковлев, А.М. Яковлев.

Этими авторами сделан ряд глубоких по своей сути концептуальных открытий, касающихся проектов правовых основ построения гражданского общества и правового государства, правовых основ народного сознания, правового конституционного режима. Однако, как нам представляется, в аналитических источниках до сих пор не исследована проблема социальных оснований правовых инноваций в обществе переходного типа, в котором формируется и ищет свой путь реализации идея

правовой государственности; до сих пор не существует убедительных аналитических версий относительно механизма конституционных изменений, относительно специфики трансформаций конституционного процесса в переходный период. Этим, на наш взгляд, во многом и обусловлена актуализация интереса к вынесенной в заголовок исследования проблеме.

XX век сформировал два типа тоталитаризма. Один из них проявил себя в форме национал-социализма и фашизма в Германии, Италии и ряде других европейских стран, другой – в форме социализма в СССР и странах советского блока. Преодоление последствий этого явления делает особенно актуальной проблему исследования правовых инноваций и реализации конституционных изменений общества переходного типа, преодолевающего тоталитарное прошлое.

Есть все основания рассматривать проделанную работу как основание для существенных теоретических выводов и практической их интерпретации.

Реализация сформулированной выше цели потребовала постановки и решения ряда исследовательских задач. Основными среди этих задач автор считает:

- исследование опыта осмысления генезиса идеи правовой государственности в правопонимании античности;
- исследование концептуальной парадигмы гражданского общества и правового государства в концептуальном пространстве немецкой классической философии;
- анализ проблемы гражданской суверенности личности и идеи либерального права в условиях построения правового государства в России постперестроечного периода;
- изучение проблем взаимодействия государства и права в обществе переходного типа;
- исследование принципов «демократии согласия» как принципов новой этнической политики и формирования государства-нации в переходный период;
- анализ конституционности как социально-правового феномена и проблем правовой реформации и правового устройства плюралистического общества переходного типа;
- исследование процессов реализации доминирующих принципов конституционности и процесса совершенствования механизма защиты прав человека в условиях современной России;
- выявление специфики взаимодействия правосознания, правовых норм и правовых отношений в структуре правового государства как феномена;
- изучение явления плюрализма форм собственности и основанного на нем механизма распределения как основания справедливости распределительных отношений;
- рассмотрение специфики правового устройства общества переходного типа, исследование статуса права в условиях демократии;
- анализ проблемы правового равенства религий в условиях постперестроечного периода;
- анализ этатистского права как явления и механизма правовой деалиенации в обществе переходного типа;
- анализ ненасилия как средства утверждения социальной справедливости и идеала гражданского общества.

Сделав предметом исследования ситуацию переходного периода, мы исходим из специфики его понимания, имеющегося в литературе, как промежуточной стадии между двумя стабильными фазами, для которой характерна утрата социального равновесия и пересмотр конституционного права, выражающего это равновесие. При этом мы также методологически различали кризис и переходный процесс: если кризис разрушает стабильность и прерывает преемственность, то переходный процесс более длителен и предполагает синтез прежней традиции и тех процессов, которые возникают вследствие кризисов.

Конституция Российской Федерации 1993 года выстроена по стандартам теорий мирового конституционализма. Она содержит почти все, что необходимо современным социумам с точки зрения их политико-правовой организации. В качестве принципов конституционного строя утверждены такие общечеловеческие ценности, как суверенитет личности, разделение властей, равнозначность форм собственности, идеологическое многообразие и другие. Устранены различного рода «советизмы», много лет бывшие иллюзорно-демократическим прикрытием тоталитарно-диктаторской по своей сути государственности. Однако среди постулатов конституционализма есть еще один, притом, безусловно, самый важный, поскольку «переводит» оценочные суждения о конституции с ее формы на ее сущность. В этой плоскости решается вопрос о фиктивной или реальной конституции независимо от того, к какой категории основных законов она догматически может быть отнесена – либеральным, консервативным, реакционным.

Не надо думать, что с такой постановкой вопроса выступала единственно марксистско-ленинская школа государство – и правоведения. Любая идеологическая система не обходится без сопоставления должного и сущего, фактического и юридического. Чего, однако, в марксистском методе нельзя умалять, так это наших собственных ухищрений по выдаче социалистических конституций не только за самые демократические в мире, но и самые реальные, работающие. Однако, несмотря на то, что юридически новая Конституция России заняла свое достойное место в «конституционном поле» современности, конституцией «живой» по целому ряду параметров ее пока признать нельзя. К главе 2

«Права и свободы человека и гражданина» это, пожалуй, относится, прежде всего. Не ко всем, конечно, 48 статьям ее в равной мере, если судить о них с позиций наполнения гарантиями (в ряду политических свобод есть такие, которые задействованы заметно активнее, чем весь ряд социальных прав). Но ко всем без исключения – если в системно-целостной их данности видеть один из генеральных конституционно-правовых институтов наряду (или даже в первую очередь) с институтом основ конституционного строя. Наполненный нормами самой высокой правовой и нравственной пробы, он являет собой гипотетическую модель гражданской правосубъективности с философским штампом: «Свободе – абсолютный примат». Правовой статус человека и гражданина исполнен как бы на опережение, так что удержать его в конституционно заданных нормативах сегодня никакими силами нельзя.

Важнейшим конституционным признаком гражданского общества является наличие в нем экономического, политического и идеологического плюрализма. Конституция Российской Федерации закрепляет правовую базу разных видов плюрализма: равноправие форм собственности, идеологическое и политическое многообразие, многопартийность. В функционировании плюрализма институтов формирующегося гражданского общества значительную роль играют все виды прав и свобод человека: личные (гражданские), политические, социально-экономические и культурные. Особое место в обеспечении политического плюрализма гражданского общества принадлежит политическим правам и свободам человека и гражданина.

Так, право на объединение обеспечивает государственно-правовые гарантии созданию добровольных организаций, отражающих интересы и ценностные социально-политические установки различных социальных, этнических и иных групп российского общества. Сейчас, например, в стране действует более 50 всероссийских и около 300 региональных политических партий, уставы которых зарегистрированы в соответствующих федеральных и региональных органах юстиции.

С переходом к рыночным отношениям пришел плюрализм в профсоюзное движение. Профсоюзы создаются как по профессиональному, так и по чисто отраслевому признаку. В стране действует несколько тысяч различных добровольных объединений по интересам.

Одним из важных факторов укрепления и развития политического плюрализма является действенная реализация избирательных прав граждан. Выборы депутатов в представительные органы законодательной власти с альтернативными кандидатами, деятельность партийных фракций в федеральных и региональных законодательных органах – все это «работает» на создание механизма подлинного политического плюрализма в России. Функционирование политического плюрализма в российском обществе обеспечивается реализацией таких прав граждан, как право на проведение публичных мероприятий, свобода информации (свобода мысли и слова, свобода печати и иных средств массовой информации, право на получение информации, имеющей общественное значение, свобода распространения информации) и свобода петиций (право обращаться лично, а также направлять индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления).

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА МОНГОЛИИ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

Ганбаатар Тунгалаг, студент; Попова Л.Л., к.ф.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Переход Монголии на новую модель экономического развития, либерализация экономической жизни, процессы приватизации привели к серьезной ломке сложившейся системы образования в стране.

Монголия занимает 7-ое место в мире по доли ВВП, приходящейся на образование (9.0%), и монгольский закон об образовании гарантирует, по крайней мере, что 20% государственного бюджета будет расходоваться на образование. Тем не менее, система высшего образования получает лишь 12% от всей этой суммы, что отвечало потребностям транзитивного состояния общества. В сентябре 2012 года Всемирный экономический форум (ВЭФ) опубликовал рейтинг глобальной конкурентоспособности 2012-2013 (The Global Competitiveness Index 2012–2013), в котором Монголия занимает 93 место. При этом главным фактором препятствующим развитию бизнеса в Монголии называется *низкая квалификация рабочей силы*, что делает особо актуальным внимание к вопросам образования [1].

Модернизация образования идет по нескольким направлениям, прежде всего, затрагивая высшее образование. Значительная часть вузов являются частными учебными заведениями. В настоящее время в Монголии насчитывается 130 негосударственных вузов, в которых обучается 28 тыс. студентов, что составляет треть всех студентов страны [2]. 40 учебных заведений объединились в союз негосударственных вузов Монголии. Негосударственными учебными заведениями являются: Институт восточной философии, Институт права «Их засаг», Институт европейских языков, Институт «Соёл-Эрдэм», «Газарчин» - Институт менеджмента по туризму, Институт «Орхон», Институт «Хан-Уул», Университет традиционных монгольских знаний, Институт труда. Многие из этих учебных заведений готовят переводчиков и специалистов по иностранным языкам, а также юристов, экономистов и программистов.

Укрупняются все государственные университеты. Например, Монгольский государственный университет объединен с 3 – 4 университетами и колледжами и будет специализироваться на естественных науках. Каждый из них будет обучать по 20 тыс. студентов. Для этого государство будет строить специальный кампус на востоке Улан-Батора площадью несколько тысяч гектаров. Будут построены совершенно новые здания для университетов и физических институтов и частного бизнеса, создан центр информационных технологий. Он станет как бы кластером для бизнеса, для исследователей. На это выделено около 40 млн. долларов.

Обучение в монгольских вузах платное. По действующему законодательству государство оплачивает обучение студента, если оба его родителя пенсионеры, или отсутствует один из кормильцев (т.е. ребенок воспитывается в неполной семье). В некоторых вузах администрация снижает плату за обучение на 25 - 60 процентов, если студент 3 семестра учился на «отлично». При этом в вузах Монголии существует ещё одна система кредитования. За курс лекций каждый должен заплатить 330 тысяч тугриков, но студента не допускают к сдаче сессии, если за каждую пропущенную без уважительной причины лекцию он не заплатит 800 тугриков. А преподаватели в свою очередь обязаны вторично прочитать лекцию, или провести консультацию. Студенты-отличники 1-го и 2-го курсов монгольских вузов поощряются государством, и имеют возможность продолжать обучение в вузах России, Америки, Германии и Китая. «Бесплатное обучение» является лозунгом в предвыборной кампании Коммунистической партии Монголии. Поэтому многие студенты на выборах голосовали за ее кандидатов, надеясь на исполнение обещаний.

Развивается новое для Монголии явление – провинциальный университет. До сих пор все ведущие учебные заведения были сосредоточены в столице страны. Созданный в 1979 году в городе Ховд (на западе Монголии) первый периферийный вуз страны – Педагогический институт переименован в 1993 году в Ховдский филиал Монгольского госуниверситета. Этот университет готовит в основном педагогические кадры для западного региона Монголии. Здесь работает около 100 преподавателей на 9 кафедрах, обучается 1100 студентов. За время своего существования университет выпустил около 3000 учителей-бакалавров по 13 специальностям и 100 магистров по 9 специальностям. Активно развиваются в университете научные исследования. 39 преподавателей защитили кандидатские и 11 – докторские степени. Половина преподавателей прошли переподготовку в Томском государственном университете [3].

Для сохранения лучших кадров необходимо найти пути для улучшения статуса профессии преподавателя. Скудные зарплаты являются серьезным препятствием на пути повышения качества. Покинуть университет, чтобы заняться бизнесом, где они могут получать более высокую зарплату, не является необычным делом для преподавателей. На сегодня, число преподавателей работающих на полставки, которые вынуждены подрабатывать где-то еще, чтобы пополнить свой заработок, равно 18% в государственных и 44% в частных вузах. Привлечение лучших преподавателей должно быть приоритетом, но состояние экономики значительно ограничивает способность колледжей и университетов привлекать и удерживать таланты, необходимые для значительного повышения качества и конкурентоспособности высшего образования.

Продолжают деятельность филиалы иностранных вузов, в основном российских. Самым крупным филиалом по числу студентов является филиал Бурятского государственного университета. Вторым является филиал Восточно-Казахстанского госуниверситета, открытый в Баян-Ульгийском аймаке. Кроме того, работают филиалы Московского энергетического института, Кемеровского госуниверситета, Экономической академии имени Плеханова Восточно-Сибирского госуниверситета, а также филиал Университета Колорадо США. Ведется работа в Улан-Баторе по открытию филиала Иркутского госуниверситета, пока на базе 2-3 факультетов. Московский университет коммуникации, информации и техники с 1946 года подготовил десятки монгольских специалистов по электросвязи, его выпускники создали общество «Вершина интеллекта». По инициативе ректора этого университета с 2001 г. дети монгольских выпускников получали возможность обучаться со скидкой 50 %, им бесплатно предоставлялись общежитие, учебные материалы и технические средства. В настоящее время продолжают образовательные программы по государственной линии. Россия увеличила квоту на обучение в России монгольских студентов со 150 учащихся в год до 200 с выплатой им стипендий, хотя это гораздо меньше того, что предлагает Китай [4].

Однако высокая арендная плата, невысокая платежеспособность населения, активность национальных учебных заведений тормозят развитие филиальной сети иностранных университетов.

Серьезные сдвиги произошли в изучении иностранных языков монгольскими студентами и школьниками. В начале 90-х годов произошел резкий спад числа студентов, изучающих русский язык, и значительно выросло число учащихся, изучающих английский язык, а также китайский, японский, корейский и европейские языки; французский, немецкий, испанский и др. Английский язык превратился в основной иностранный язык в Монголии. Монголия активно интегрировалась в мировое сообщество, в международную экономику, поэтому специалисты были востребованы.

В средних школах Монголии начинается модернизация по кембриджскому стандарту. Все средние школы, начиная с 2011 года применяют специальный стандарт тестов и знаний, которые утверждены английским центром в Кембридже. Все это делается для того, чтобы молодежь не только владела

английским языком, но и обладала таким объемом знаний, какие дают в школах Сингапура, Англии, Гонконга. Надо отметить, что в последние годы стала определяться новая тенденция в изучении иностранных языков в Монголии. После длительного перерыва вновь растет число школьников и студентов, изучающих русский язык, за 3 года их количество выросло в 3,5 раза и достигло 386 тыс. чел. Английский язык изучают 250 тысяч, а восточные языки (японский, китайский, корейский) – 39 тысяч учащихся. Правда, существуют значительные региональные особенности. В Улан-Баторе число изучающих английский язык и восточные языки вдвое превышает число учащихся, изучающих русский язык. Таким образом, русскому языку отдают предпочтение в монгольской глубинке, в сельской местности. Этому явлению может быть дано следующее объяснение. Жители сельской местности, менее обеспеченные материально, будущее своих детей связывают с обучением в Монголии или в России. В этом находят отражение и надежды монголов на расширение монголо-российского экономического сотрудничества.

Преобразования коснулись и системы профессионального образования.

Таким образом, переход к рыночной экономике и распад централизованной государственной системы образования привел к глубоким изменениям в структуре национального образования. В настоящее время государственная политика направлена на развитие всех форм и типов образовательных учреждений, подготовку специалистов, соответствующих требованиям времени.

Список литературы:

1. Рейтинг глобальной конкурентоспособности Монголии повысился на 3 уровня // газета «Новости Монголии» от 14.09.2012. – №37.
2. Вызовы в Монголии: азиатское становление в высшем образовании [Электронный ресурс] – URL: <http://www.ihe.nkaoko.kz/archive/38/346/>
3. Карпухина Е.А. Проректор. Академия народного хозяйства при Правительстве РФ «Круглый стол -стратегии развития и перспективы экспорта Российского образования «за» и «против» » [Электронный ресурс] – URL: <http://www.russia.edu.ru/news/discus/concept/3783/>
4. Обучение в Университете Внутренней Монголии по программе правительственной стипендии Китая на 2012-2013 учебный год [Электронный ресурс] – URL: <http://www.bsu.ru/?src=635>

ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ

Денисюк А.С., старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Начало двадцать первого века ознаменовано бурным развитием компьютерных технологий и Интернета. Современный человек воспринимает компьютерные и сетевые технологии как единое целое, поскольку Интернет объединяет персональные компьютеры, планшеты и телефоны в единое пространство – киберпространство. Этот термин используется для определения всех аспектов работы человека с компьютером и сетями, хотя прежде его использовали только для детерминации пространства компьютерных игр. Выйдя однажды в бесконечные пространства кибермира сложно вернуться обратно. «Интернет превратился из системы передачи информации в особый «срез реальности» – искусственной реальности, а правильнее сказать – «виртуальной реальности (киберреальности)» [1].

Обилие информации самого разного характера затягивает. Сегодня мы говорим уже не только о зависимости от компьютерных игр или от Сети [2], мы можем говорить об информационной зависимости. Человеку двадцать первого века необходимо постоянно получать самые свежие новости, самую последнюю информацию, самые модные картинки и самые актуальные сплетни. Социальные сети, например, стали настоящими ловушками, затягивая иллюзией постоянного мониторинга ситуации и «почти живым» общением. Разумеется, в Сети существуют самые разнообразные источники информации: он-лайн энциклопедии, познавательные (научно-популярные) сайты, тематические сообщества, блоги, Интернет-версии СМИ, причем, некоторые средства массовой информации принципиально действуют только в киберпространстве. Таким образом, пользователю Интернета предоставлено множество возможностей для получения информации, причем, всякого разного характера и качества.

«Житель Сети» сегодня уже не только зритель, слушатель или читатель. Интернет дает уникальную возможность оказывать существенное влияние на происходящее, создавать свою реальность. Такое богатство возможностей почти неизбежно приводит к развитию зависимости, кибераддиктивности [2].

В англоязычной литературе эта зависимость имеет название Internet Addiction Disorder (IAD). Один из признанных специалистов в области IAD Кимберли Йанг (Kimberly Young) выделяет пять категорий такой зависимости [3]:

1. *Киберсексуальная.* Зависимость от интерактивных комнат общения для «взрослых» или от киберпорнографии.

2. *Киберотношения.* Зависимость от дружеских отношений, завязанных в комнатах общения, интерактивных играх и конференциях, которая заменяет реальных друзей и семью.

3. *Чрезмерная сетевая вовлеченность.* Включает в себя вовлечение в азартные сетевые игры, зависимость от интерактивных аукционов и навязчивое состояние торговли через сеть.

4. *Информационная перегрузка.* Чрезмерная вовлеченность в посещение веб-сайтов и поиск по базам данных.

5. *Компьютерная зависимость.* Навязчивые состояния в компьютерных играх или в программировании, в основном среди детей и подростков.

Кибераддиктивность делает человека зависимым от компьютерных технологий, от качества работы Интернет-провайдеров, от финансовой доступности технических устройств, от энергетических ресурсов, от информации в Сети. Приверженность компьютерному миру позволяет управлять человеком, его поступками, желаниями: реклама и мода вынуждают приобретать новомодные «гаджеты», подписываться на рассылки, вступать в сообщества, лишь бы не выпасть из той реальности, которую он выбрал для себя. Современный работодатель может использовать разрешение/запрет выхода в Сеть как инструмент управления персоналом. Интересно, что работодатели выделяют новую проблему в работе с персоналом: зависимость от социальных сетей. Сотрудники увольняются по причине невозможности выйти в пространство любимой сети в течение рабочего дня, что признается ими «невозможными условиями труда».

Не менее важен Интернет и для властных структур, которые могут использовать пространства Сети для проведения политической агитации, для отслеживания деятельности оппозиции, для мониторинга настроений электората и так далее. Власть, стремясь попасть и в киберпространство, управляет и киберресурсами в том числе.

Известно, что человеку свойственно острее реагировать на негативные раздражители: нежеланная информация, враждебные действия, опасность оказывают гнетущее впечатление и дольше не уходят из памяти человека. Позитивные воздействия также вызывают сильные эмоции. Однако такие эмоции как страх и ярость намного превосходят по силе радость и веселье. Причина такого «неравенства» кроется в истории человека: страх, ярость помогали человеку выжить. Исторически сложилось так, что людям легче удается попасть под гнет унылых мыслей и депрессии. Радость проходит быстрее.

Это свойство человеческой психики активно используется средствами массовой информации. Информационные программы делают акцент на плохих новостях. Схема раскрутки плохой новости проста: негативный факт доносится до сведения людей, затем раскручивается, вскрываются новые подробности, новость всячески «пережевывается», драматизируется. Этот принцип «работает» по отношению к любым негативным новостям: катастрофы, стихийные бедствия, террористические акты, вооруженные конфликты, и так далее. Такая же схема работает и при агитации, и при политической борьбе.

Современные Сети предлагают новый вид СМИ – электронные СМИ. Это живые журналы (ЖЖ), блоги, ленты новостей, электронные версии газет и журналов и т.п. Именно электронные СМИ на данный момент предлагают максимально разнообразные мнения и взгляды, зачастую не совпадающие с официальными версиями. В Интернет-пространстве есть возможность высказываться свободно, выражать свое мнение любыми словами и использовать любые источники. Здесь нет цензуры и корректоров, сглаживающих излишне острые высказывания авторов. Электронные СМИ позволяют привлечь огромное количество читателей, поскольку доступ к информации не требует оплаты. Более того, прочитав информацию, Интернет-пользователь имеет возможность сразу же прокомментировать прочитанное. Ему не нужно искать себе компанию для того, чтобы поделиться своим мнением. Более того, в отличие от других видов СМИ электронные обновляются постоянно, каждую минуту предоставляя читателям новые сведения, новые скандалы, новые происшествия.

Роль электронных СМИ неоднозначна, и именно электронные СМИ позволяют привлечь более молодую аудиторию к обсуждению актуальных политических вопросов. Только в Интернет-пространстве не требуется маска и «надежных источников». Глобальная Сеть «ловит» на любые наживки [4].

При этом виртуальный мир допускает «модификации», возможности настроить свой компьютер, свой доступ к Сети, защитив себя от обилия рекламы и манипуляционных воззваний. Однако далеко не все пользователи готовы отказаться от возможности «узнавать новое» таким способом.

И, разумеется, сам пользователь может создавать рекламные кампании, организовывать рассылки, оформлять свою страницу, преследуя личные (в том числе коммерческие) или же поддерживать некие общественные цели и интересы. Здесь человек выступает в позиции «ведущего». Роль «ведущего» предполагает, что человек будет принимать решения, будет активным [2]. Такую роль берут на себя предприниматели, работодатели, то есть те, кто проводит больше времени в «реальном мире». Им важен не только и не столько виртуальный успех. А значит, они учатся использовать Сеть как инструмент управления другими людьми.

Несмотря на все большую виртуальность денег (электронные переводы, электронные карты, мобильные банки и прочее), их роль все еще велика. Именно «реальный мир» устанавливает права и обязанности Интернет-провайдеров, дает энергетические возможности для работы электронных

устройств, финансирует или закрывает производства компьютерной техники. Законодательство обсуждается в Сети, работа может происходить в удаленном доступе (on-line), деньги могут перечисляться на счет банка и электронными путями, но есть то, без чего киберпространство просто не сможет существовать. Увольнение запишется в реальную трудовую книжку, пенсионный возраст настанет не в игре.

Подводя итоги, признаем, что современный мир позволяет использовать киберпространство как инструмент управления. Управлять «жителем» Сети, манипулировать, направлять его взгляды, вкусы и интересы, управлять его поведением и поступками возможно. Специфика Сети и компьютерных игр, а также окружающее медиа-пространство позволяют воздействовать на пользователей повсеместно. Однако манипуляции производятся такими же пользователями Сети, прослеживается заинтересованность в привлечении новых «адептов» у создателей сайтов, у брэнд-мейкеров, у владельцев бизнеса и так далее. Для того, чтобы понимать, как эффективнее воздействовать на человека с помощью медиа-пространства, мало просто проводить маркетинговые исследования. Необходимо глубоко понимать и уметь «расшифровывать» жизнь современных людей в Интернете. Тем более, что потребность в Интернете стали уже вводить в категорию базовых потребностей человека.

Список использованных источников и литературы

1. Плешаков В.А. Киберсоциализация как инновационный социально-педагогический феномен – URL: http://sirdionis.ucoz.ru/load/prezentacija_po_teme_kibersocializacija/1-1-0-1
2. Денисюк А.С. Кибераддикт: ведомый или ведущий // Труды X Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук», 21-22 апреля 2011 г. – Томск: изд-во ТПУ, 2011. – С. 93-94.
3. Алексенко Н.Н. Психологические аспекты поведения человека в киберпространстве – URL: <http://cyberpsy.ru/2011/02/aleksenko-n-n-psixoloicheskie-aspekty-povedeniya-cheloveka-v-kiberprostranstve>
4. Денисюк А.С. Роль электронных средств массовой информации в «игре» элиты с массой // Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием «Бренное и вечное: идеология и мифология социальных кризисов», 20-21 октября 2009 г. – Великий Новгород, 2009. – С. 76-78.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ДОКУМЕНТАМИ В РОССИИ С УЧЕТОМ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

Дулевич М. И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Документационное обеспечение управления – есть важнейшая составляющая всех видов и уровней управления. Оперативность, своевременность, точность и полнота представления информации являются основой качества принимаемых управленческих решений.

Последнее десятилетие – это период активного внедрения информационных технологий в работу делопроизводственной службы. На смену сформировавшимся нормам и технологиям приходят иные, новые нормы, правила и технологии. Последние из них обусловлены социально-экономическими, политическими, факторами научно-технического прогресса. Электронная эра диктует свои технологии, а подчас и своеобразие не только формы, но и содержательной стороны документационного обеспечения управления.

В связи с переходом России к иному социально-экономическому и политическому укладу жизни, а также в условиях проводимой в стране административной реформы возникла необходимость создания новой нормативно-правовой базы делопроизводства на всех уровнях государственного устройства. Принят ряд федеральных законов, постановлений, кодексов, постановлений, инструкций, регламентов, которые сыграли определённую регулируемую роль в сфере делопроизводства. Однако происходящий процесс реализуется противоречиво. Наряду с положительными тенденциями есть тенденции и негативного характера.

Можно утверждать, что для совершенствования системы документооборота в деятельности российских организаций и значительного увеличения конкурентоспособности при выборе наиболее рациональной и эффективной организации работы с документами необходимо проанализировать зарубежный опыт в данной сфере в построении законодательной базы и в непосредственном управлении документацией.

Для определения перечня стандартных требований к организации документооборота и оформлению деловых бумаг необходимо изучить международные стандарты.

Стандартизация – это деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности продукции, работ или услуг [1.С.4].

Цель стандартизации – достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач.

В зависимости от уровня, на котором осуществляется стандартизация, различают следующие виды: международная стандартизация; региональная стандартизация; национальная стандартизация (в одном конкретном государстве); административно-территориальная стандартизация; локальная стандартизация.

Для общего анализа достаточно изучить стандартизацию одного международного уровня. Наиболее емкое определение международной стандартизации было предложено Колчковым В.И.: «международная стандартизация – это совокупность международных организаций по стандартизации и продуктов их деятельности: стандартов, рекомендаций, технических отчетов и другой научно-технической продукции» [2.С.109].

Международная организация по стандартизации, ИСО (International Organization for Standardization, ISO) является одной из самых крупных и значимых организаций, занимающейся разработкой международных стандартов. Международные стандарты носят добровольный характер и содержат актуальные спецификации на продукцию, услуги и передовую практику, а также способствуют повышению эффективности производства и активному росту промышленного потенциала [3].

На основе проведенного анализа международных стандартов и дипломатических документов, можно определить перечень стандартных требований к организации документооборота и оформлению деловых бумаг.

Стандарты ISO серии 9000 – стандарты качества определяют требования именно к системе управления, а не к продукции или услугам, предоставляемым организациями и предприятиями. В состав стандартов серии входят стандарты: представляющие требования, представляющие справочную информацию и руководящие указания, разъясняющие частные вопросы систем менеджмента качества.

Стандарт ISO 15489:2001 «Информация и документация – Управление документами» содержит общие требования и четкую методологию управления любыми документами на всех видах носителей и во всех форматах, создаваемых и получаемых разнообразными организациями в процессе их деятельности, разработки и внедрения систем документооборота.

Стандарты серии MoReq «Типовые требования к автоматизированным системам электронного документооборота» фокусируются в основном на функциональных требованиях к управлению электронными документами при помощи автоматизированной системы электронного документооборота и могут быть применимы как в государственном, так и в коммерческом секторе.

Стандарт ISO 15836:2009 «Информация и документация. Набор элементов метаданных «Дублинское ядро»» устанавливает требования к составу элементов метаданных и содержит универсальный набор метаданных.

Стандарт ISO/IEC 17799:2005 «Информационные технологии и безопасность. Правила управления информационной безопасностью» определяет требования к защите данных и документов организации; обеспечению конфиденциальности персональных данных; защите прав интеллектуальной собственности.

Стандарт ISO/IEC 15408:2009 «Информационная технология. Методы и средства безопасности. Критерии оценки безопасности информационных технологий». Стандарт направлен на защиту информации от потерь, несанкционированного использования, модификации или раскрытия. Устанавливает критерии оценки защитных свойств систем автоматизации в организациях.

Стандарты ISO серии 27000 определяют требования к системам управления информационной безопасностью, описывают управление рисками, метрики и измерения, содержат руководство по внедрению.

Работа с дипломатическими документами имеет свои особенности.

Дипломатические документы – это документы, образующиеся в результате деятельности министерства иностранных дел и высших органов государственной власти и управления на международной арене [4.С.26]. Эта группа включает в себя следующие подгруппы документов:

1. Внутриведомственные дипломатические документы;
2. Дипломатическая переписка;
3. Международные правовые акты.

К внутриведомственным дипломатическим документам относятся документы, с помощью которых происходит обмен информацией между Министерством иностранных дел (МИД) и дипломатическими представительствами в зарубежных странах или при международных организациях, либо между двумя и более представительствами одной страны, расположенными в одном или разных государствах.

При подготовке и исполнении этих документов, как правило, руководствуются теми стандартами и нормами, которые приняты в данной стране, то есть, применительно к деятельности внешнеполитического ведомства Российской Федерации, это:

ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов»;

ГОСТ Р 51141-1998 «Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения».

В свою очередь, документы внутриведомственной переписки условно можно разделить на: документы, касающиеся только своего ведомства, документы межведомственной переписки.

К тем документам, которые готовятся для использования в работе только своего ведомства, относятся:

1. Служебная записка – это форма служебного документа, которым дипломат информирует руководство дипломатического учреждения о происходящих событиях и фактах, либо которые произойдут в будущем и имеют непосредственное влияние на деятельность заграничного учреждения;

2. Докладная записка – это форма служебного документа, в котором дипломат информирует о проделанной работе или о ситуации, сложившейся в связи с выполнением порученного задания [5.С.163].

Документы дипломатического представительства для внутренних нужд, а также для отправки в Центр можно разделить на следующие группы:

- информационно-справочные материалы;
- отчетная документация; переписка по консульским вопросам;
- переписка по поводу планирования работы и кадровых вопросов;
- переписка по административно-хозяйственным и финансовым вопросам;
- переписка с МИД и другими ведомствами и учреждениями России относительно запросов этих учреждений и отдельных граждан.

Следующим важным блоком документов являются документы межведомственной переписки:

1. Летние и полугодовые политические отчеты;
2. Политические письма;
3. Отчеты дипломатов о поездках;
4. Консульские отчеты;
5. Отчеты других российских представительств за рубежом.

Дипломатическая переписка представляет собой комплекс документов, посредством которых осуществляются письменные официальные сношения между государствами и которые выражают позицию государства по тому или иному вопросу международной жизни [6.С.23]. Дипломатическая переписка является одной из основных форм дипломатической деятельности государства по осуществлению целей и задач его внешней политики.

В отношении языка, на котором ведется дипломатическая переписка, следует отметить следующее: МИД РФ с дипломатическими представительствами иностранных государств и дипломатические представительства России за рубежом с МИД страны пребывания могут вести переписку на языке своей страны. Однако это иногда может вызвать у получивших документ трудности с переводом и задержку в рассмотрении поставленных в документе вопросов. Поэтому на практике этот вопрос решается следующим образом:

1. По договоренности с ведомством иностранных дел или с посольством переписка ведется на каком-либо третьем языке.

2. Переписка ведется на языке своей страны с приложением к каждому документу его неофициального перевода.

В международной практике сложились определенные виды документов дипломатической переписки, различающиеся по содержанию и техническому оформлению. Самыми распространенными среди них являются:

1. Личные ноты;
2. Вербальные ноты;
3. Памятные записки;
4. Меморандумы;
5. Частные письма полуофициального характера;
6. Заявления.

Формы документов международных правовых актов каждого вида определяются нормами международного права, либо общепринятыми в международной практике обычаями, либо по обоюдному согласию договаривающихся сторон.

После рассмотрения особенностей управления документами в разных странах, можно заключить, что данные процессы регламентируются с учетом международных стандартов, на основе национальных стандартов и законодательных актов.

Развитие российского документооборота ориентировано на уровень мировых стандартов, но при этом имеет специфические особенности:

1. Жесткая регламентация движения документов в соответствии с должностной иерархией;

2. Централизованное выполнение службой ДООУ основных делопроизводственных операций в соответствии с установленными требованиями;

3. Закрепление в государственных нормативных документах единых и подробно регламентированных правил работы с документами в организациях, независимо от их сферы деятельности;

4. Базирование российского документооборота на использовании бумажных носителей [7.С.4].

Система документооборота в России удовлетворяет исторически сложившейся специфике делопроизводства. Поэтому, для создания более эффективной системы, необходимо учитывать как традиционно российские принципы работы с документами, так и прогрессивные зарубежные.

Подводя итоги проделанной работы, можно выделить следующие направления по совершенствованию документационного обеспечения управления в России:

1. Организация фундаментальных научных исследований и разработок в области ДОУ;
2. Коренной пересмотр системы национальных стандартов, приведение их в соответствие с международным уровнем;
3. Утверждение комплексной целевой программы развития в области ДОУ;
4. Принятие единого закона «О документации РФ»;
5. Разработка государственных правовых актов, устанавливающих не только правила ведения делопроизводства, но и меры ответственности за их нарушение;
6. Установление унифицированной терминологии в области как традиционных, так и электронных документов;
7. Принятие закона « О правилах создания и требованиях к СЭД».

Список использованных источников и литературы

1. Руководство ИСО/МЭК 2:2004 «Стандартизация и смежные виды деятельности. Общий словарь. 8-е изд».
2. Колчков В.И. Метрология, стандартизация и спецификация. – М.: Владос, 2011. – 400 с.
3. Официальный сайт ISO [Электронный ресурс]/ Об ISO. – URL: <http://www.iso.org/iso/ru/home/about.htm> (Дата обращения: 9 янв. 2013).
4. Ковалев А.Н. Азбука дипломатии. – М.: Международные отношения, 1984. – 248 с.
5. Сагайдак О. П. Дипломатический протокол и этикет. – К.: Знание, 2006. – 380 с.
6. Попов В.И. Современная дипломатия. Теория и практика. Часть 1. Дипломатия – наука и искусство. – М.: Научная книга, 2000. – 575 с.
7. Храмовская Н.А. Переход от бумажного к смешанному документообороту // Кадровик. – 2009. – № 2. – С. 4-9.

ПРАВО КАК НОРМАТИВНАЯ ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ РАВЕНСТВА

Журавлева А.М., Журавлев П.С., студенты
Филиал РГСУ г. Нефтеюганск

Конституция Российской Федерации ориентирована на такие аспекты правовой государственности, как гуманитарно-правовой (права и свободы человека и гражданина), нормативно-правовой (конституционно-правовая природа действующего права), институционно-правовой (система разделения властей). Конституция РФ в своей первой статье объявила Российскую Федерацию демократическим федеративным правовым государством с республиканской формой правления. Одновременно это «социальное государство», «светское государство».

Начала правовой государственности опираются на конституционный тезис о высшей ценности человека, его прав и свобод. В Конституции Российской Федерации исходные параметры конституционно регулируемого пространства и правовой государственности изложены сквозь призму прав и свобод человека и гражданина. Здесь, по сути, изложен новый правовой подход, новое правовое миропонимание, новая правовая идеология, – В.С. Нерсисянц, к примеру, называет это «человеко-центристским правопониманием», своеобразным естественно-правовым вариантом общей концепции различия и соотношения права и закона: правовое начало представлено именно в правах и свободах человека – они являются высшей ценностью, основные права и свободы человека неотчуждаемы, это составляющие конституционного правопонимания (аксиолого-правового и естественно-правового). Права человека – это определенный срез бытия человека, форма проявления свободы человека; права человека – это необходимый блок в морфологии права. Принцип равенства индивидуальных прав и свобод определяет пределы их признания и реализации – осуществление прав и свобод гражданина и человека не должно нарушить права и свободы других. Характер прав человека не является октроированным (дарованным властью), но принадлежит личности по основанию права. Личность безусловно свободна, правомочна, правосубъектна, право как форма свободы возможно только при условии свободы и независимости субъектов права. Если человек свободен и правосубъектен, то возможна правосубъектность и такого образования, как государство, как возможны и правовые отношения. Автор разводит понятие «право вообще» и «права человека», хотя полагая, что это явление во многом родственного характера, «неотчуждаемые естественные права человека должны быть признаны законом как основа, базис, фундамент социальной жизни».

Конституция РФ содержит положения, в которых раскрыт конкретный смысл и значение общерегулятивной роли прав и свобод личности для правового государства, в частности, в той части, где речь идет о том, что права и свободы человека и гражданина определяют смысл, содержание и

применение законов, деятельность законодательной и исполнительной власти, местного самоуправления и обеспечиваются правосудием. Федеральный закон ограничивает права и свободы человека и гражданина лишь для того, чтобы защитить тем самым основы конституционного строя, нравственности, здоровья, прав других лиц; для того, чтобы обеспечить оборону и безопасность государства, – и именно это предусмотрено Конституцией РФ.

При этом законотворческая деятельность должна исходить из того, что права и свободы граждан не могут быть ограничены даже при введении чрезвычайного положения – речь идет о праве на жизнь, достоинство, на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, на защиту чести и доброго имени, свободу совести и вероисповедания, праве на жилище, на судебную защиту свобод и прав. Конституция РФ – это общеобязательный правовой стандарт, и в общерегулятивном смысле ее положения о правах и свободах выступают как критерии правового характера законодательства, правового типа деятельности ветвей государственных властей. Правовое государство конституционно закрепить свободу людей и их равенство в правах в качестве прирожденных свойств самого человека. Государство признает автономии личности по отношению к себе, исключает возможность превращения гражданина в свою собственность, но рассматривает его как равного партнера. Оно защищает, охраняет от произвола права человека, которые становятся ядром всей правовой системы. И законы, и другие нормативные акты, исходящие от государства, согласуются с правами человека. Именно поэтому незыблемость прав человека, его чести и достоинства, его интересов, их охрана и гарантированность – важнейший принцип правового государства.

В отличие от неправового правовое государство осуществляет управление обществом в нормативном порядке, т.е. через законы, а не через индивидуальные акты-команды, приказы, которые в правовом государстве минимальны и не противоречат законам. Кроме того, сами законы должны отражать объективную необходимость, закреплять естественно складывающиеся отношения в обществе. По сути, источником законов становится гражданское общество, а не государство. Для того же, чтобы законы были справедливыми, осуществлялись справедливыми средствами и защищались, необходим эффективный контроль за правотворчеством, правоприменением и правозащитой – последнему служит принцип разделения властей.

Правовое государство является правовой формой организации и деятельности публичной политической власти и ее отношений с субъектами права. При этом власть понимается как форма социальных отношений, – ее характеризует способность влиять на характер и направление деятельности и поведения людей с помощью организационно-правовых механизмов, авторитета, традиций, насилия. В правовом обществе и правовом государстве есть право, и право здесь господствует; не случайно поэтому в англоязычной литературе есть синоним понятия «правовое государство» – «правление права» (англ. Rule of Law).

Термин «правовое государство» был введен в обиход в начале XIX века К.-Т. Велькером и Р.Фон Модем в Германии (нем. Rechtsstaat). В античности к идее правового государства обращались в связи с идеей роли права в становлении стабильной и справедливой формы государственных отношений, с идеей регулирующей роли права в политическом общении, с идеей государства как дела народа и общего правопорядка. Тогда и возникает идея субъекта частного и публичного права. В эпоху Нового времени к идее правового общества и государства обратились те, кто разрабатывал концепцию естественного права. Примечательно, к примеру, что И. Кант, не используя сам термин «правовое государство», создал учение о категорическом императиве. Его использование в области политических интересов и отношений предстает как реализация идеи правовой формы организации государственности с разделением властей. И если применительно к республике, по И. Канту, действует право, как действует и разделение властей, то деспотизм отличает и отсутствие права, и отсутствие разделения властей. В философии права Гегеля, правовая организация государства представлена как реализация идеи и системы права, идей правового государства, – это реализация идеи свободы («царство реализованной свободы»). Если попытаться выявить существенные характеристики правового государства, они в следующем. Прежде всего, это реальность прав и свобод личности, главенство правового закона. Здесь суверенная государственная власть действует на базе конституционно-правовой регламентации принципа разделения властей, что реализует правовую форму взаимоотношений личности, общества, форм государственности. Правовое государство – это правовая форма организации публичной политической власти, индивиды, в условиях правовой государственности имеют статус свободных и равноправных субъектов права. Формы правовой государственности различны, и по сути своей обусловлены множеством предпосылок; в числе этих предпосылок могут быть традиции и правовой опыт, сформированная правовая культура, специфика социально-политической конфронтации, особенности политического режима.

В России идея правового государства формируется демократически настроенной отечественной мыслью. Так в «Полярной звезде», журнале, выходящем под редакцией П. Струве, уже в 1905 году появился проект декларации прав российского гражданина как основы правового государства, этот проект подготовил С. Франк, назвав проект «Учредительным законом о неотъемлемых правах российских граждан». Правовое государство, – полагал С. Франк, – отличается от государства полицейского и деспотического только тем, что само себя ограничивает рядом постоянным норм,

которые оно в своих собственных интересах решает соблюдать. С. Франк раскрывает суть правового государства посредством идеи самоограничения государства правом, – посредством создания политических институтов, которые способны обеспечить это самоограничение. С. Франк исходил из того, что государственная власть действует в интересах общего блага и ограничена в своем верховенстве вечными и неотъемлемыми правами российских граждан. Эти права суть гражданское равенство и личная свобода. Граждане равны перед законом и властью. Сословные различия отменяются. Различия происхождения, национальности и вероисповедания не может иметь своим последствием неравенство гражданских или политических прав и обязанностей. Каждое частное лицо пользуется свободой передвижения и выезда за границу, вплоть до права каждого лица вольно основывать школы всякого типа. Речь идет о тех правах, которые сегодня обозначают как социально-экономические, политические, культурные и личные права человека. В статье «Политика и идеи» С. Франк писал о том, что человек должен всегда рассматриваться как цель, и никогда – как простое средство, и требует от нас уважения ко всякой человеческой личности как таковой.

Лозунги освобождения личности и демократизации общества, примененные к экономической жизни, логически приводят к идее социализма или скорее ее образуют. А 80 лет спустя М. Горбачев в статье ««Социализм: идея и революционная перестройка»» отметил, что сталинские извращения привели к утрате главного, что было в марксовской и ленинской концепции социализма: понимании человека как цели, а не как средства». В целом, идея ненова. Но на рубеже XIX – XX веков ее использовали демократические силы в противостоянии полицейскому произволу, в последнее же десятилетие XX века она пригодилась для обоснования постулата о социальной переориентации российского общества. Правовое государство с помощью права создает условия для существования и жизнедеятельности гражданского общества, представляющего собой систему социальных институтов и общественных связей, для свободной реализации каждым гражданином и объединениями граждан их творческих потенциалов. Правовое государство должно обеспечивать своим гражданам возможности самим осуществлять выбор общества, которое хочет иметь большинство народа, сохранять и обеспечивать плюрализм мнений, политических институтов и действий. Единственное ограничение – эти действия не могут быть направлены на насильственное разрушение правового государства. Самоограничение государства правом должно привести к изменению функции государства, к иному соотношению государственного, общественного и индивидуального начал в их осуществлении. Расширение хозяйственной самостоятельности предприятий и объединений, отношений ведут к кардинальному изменению интенсивности хозяйственной самостоятельности предприятий и объединений, формирование рыночных отношений ведет к кардинальному изменению интенсивности хозяйственно-организаторской функции. Она должна быть существенно сокращена. Культурно-воспитательная функция вообще становится излишней как направление деятельности правового государства. Этой сферой должно заниматься гражданское общество. Что касается контроля за мерой труда и мерой потребления, то в этой сфере существенно больший вес должен быть придан рыночным механизмам. В сфере контроля за мерой труда и мерой потребления государству остается очень важное направление деятельности – налогообложение. В правовом государстве гражданин приобретает в своих отношениях с государственными органами социальные качества налогоплательщика со всеми вытекающими отсюда правами, обязанностями и ответственностью.

Что касается сущностных характеристик правового государства, во-первых, это реальность прав и свобод личности, главенство правового закона. Суверенная государственная власть здесь действует на базе конституционно-правовой регламентации принципа разделения властей. Здесь реализована правовая форма взаимоотношений личности, общества, форм государственности, и можно говорить о взаимообусловленности обязанностей и прав. Кроме того, можно утверждать, что реализация идеи правового общества и государства – это реализация идеи формирования системы общественных ценностей.

Реальным же основанием правового государства является независимое от политической власти, регламентирующее эту власть правовое общество, в котором в основе специфики правовой регуляции лежит принцип разрешенности всего, что не запрещено законом – принцип презумпций правомерности незапрещенно.

Учение Гегеля о системе особого права и явилось основанием и предпосылкой современной правовой картины мира (правосознания), в пределах которой позитивное законодательство рассматривается как следствие взаимодействия правовых норм, формирующихся в результате многообъектной системы общественных связей и интересов, индивидуального и группового взаимодействия. В учении Гегеля о системе особого права отсутствует четкое различие между «правом», «законом», «правовой нормой». И, тем не менее, именно Гегель обратился в философии права к термину «особое право» для того, чтобы выразить «право как определенную ступень свободы», как «меру и бытие свободы»; подлинную гармонию развитой свободной воли индивидов и абстрактно-всеобщего нормирования представляет нравственность – это высшая ступень реализации идеи права. Здесь завершается иерархия «особого права». Завершающая форма иерархии «особого права» – это смыслообразующий стержень представленной иерархии. Право представлено здесь в форме государственного знания. На стадии моральности есть свой субъект нормотворчества – это абстрактный

феномен «человечество вообще». На высшей ступени реализации «идеи права» (ступени нравственности) субъектами нормотворчества являются конкретные сообщества, создающие сферы правового взаимодействия. У Платона и Аристотеля только полисная форма общности обеспечивает справедливость и право (право как норма политической справедливости); у Гегеля свобода, право, справедливость действительны лишь в государстве, соответствующем идее государства. При этом гегелевская этатистская версия правового государства существенно отличается как от концепций демократизма (суверенитет народа) и либерализма (индивидуализм, независимость или даже приоритет прав и свободы личности в соотношении с правами государства), так и от различных архаических и новейших деспотических форм правления, в которых господствует произвол и насилие, а не конституция, право и закон.

В разумном государстве Гегеля диалектически иерархизированная система прав и свобод индивидов, их объединений, общества, государства и его органов функционирует как органический процесс: диалектическому «снятию» абстрактного в конкретном соответствует соподчиненность отдельного органа организму в целом, а моменту «удерживания» – функциональная роль такого органа в контексте всего организма. В то же время все отношения в гегелевской концепции правового государства – организма опосредованы правом, носят правовой характер: право – царство реализованной свободы, и в этом смысле целостность системы права – это иерархия особых прав. Самоуглубление идей свободы, конкретизация права есть существующее в реальности бытие свободы (свободной воли), есть особое право: мораль, семья, общество, государство. Эти формообразования особого права существуют в пределах формации объективного духа. Вершина этой структуры «особых формообразований права» – государство. То же, что стоит над государством – право мирового духа, именно оно обладает статусом окончательной истины. Идея государства являет собой правовую действительность, в целостности которой государство, являясь конкретным правом, обретает форму правового государства, свобода выступает как атрибут правового государства.

В концепции Гегеля гражданское общество содержит в себе систему потребностей, удовлетворяемых посредством работы «единичного» и «всех других»; всеобщую свободу и покровительство собственности посредством правосудия; попечение особенного интереса как части общего – посредством полиции и корпораций. Для Гегеля в праве предметом является лицо, с моральной точки зрения – субъект, в семье – член семьи, в гражданском обществе – гражданин вообще. И только в том, что касается жизненной цели, деятельности, которая его интересует, в склонностях, страстях, мнениях, лицо выступает как человек.

РОЛЬ ДЕМОКРАТИИ В ПРАВОВОМ ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Зебницкий М.Д., Ализаде Ш., студенты
филиал РГСУ г. Нефтеюганск

Чрезвычайно важным считается постановление вопроса о сочетании права и демократии. Как отмечает В.М. Межуев, идея права отнюдь не автоматически следует из идеи демократии, как и не всякая демократия обязательно является правовой. Возможна и не правовая демократия (например, так называемая непосредственная демократия). Демократия – определенный тип власти, противостоящий режимам личной власти. В условиях демократии все или большинство властвуют над каждым или меньшинством. Как и любая власть, демократия заключает в себе определенную опасность для отдельной личности, подчиняя ее коллективной воле большинства. И если интересы отдельной личности, как и интересы меньшинства, не охраняются, не защищаются, подавляются, приносятся в жертву интересам целого – большинства, государства, пусть и «народного», такая власть легко перерастает в тоталитаризм, в абсолютную власть большинства над меньшинством, коллектива над личностью, общего интереса над частным и индивидуальным. В этом смысле опасна не только личная тирания или самодержавное правление, но и демократия, если она не ограничена законом, правом, защищающим от власти права и свободы отдельной личности. Если демократия – определенный тип власти, то право – это то, что ее ограничивает посредством законов.

Специфическим признаком неправовой демократии, перерастающий в тоталитаризм, является «вождизм». Тот факт, что подобное лидерство может обернуться для народа, того же большинства тиранией, не меняет природу этой власти – демократической по происхождению и абсолютно бесправной, деспотической по форме своего осуществления. Народная (т.е., казалось бы, вполне демократическая) диктатура, опирающаяся не на закон, а на силу, собирает и формы своего представительства и свои методы политического управления – «диктатуру вождей» и террор по отношению к любому частному лицу. Идея права вырастает из совершенно иного источника, чем идея демократии, или народовласти. Она продиктована не стремлением народных масс к власти, а стремлением отдельной личности к относительной (прежде всего экономической) свободе от власти, причем от любой – личной, абсолютистской и даже демократической (народной).

Важно понимать, что сама возможность установления правовой демократии прямо связана с социальным составом общества. Демократические режимы, возникающие на социально

неподготовленной почве, могут обернуться тоталитаризмом (немецкому фашизму предшествовала Веймарская республика, а сталинский тоталитаризм, покончивший с установкой Октября на непосредственную демократию («Вся власть Советам!»), подвел черту под февральским опытом установления в России многопартийной демократии, тяготевшей к парламентаризму).

В правовой демократии нуждается и способно ее защитить и сохранить то общество, которое состоит из собственников, независимо от того, чем они владеют, – средствами производства, денежным капиталом или своей рабочей силой. В таком обществе каждый располагает некоторым «социальным пространством», над которым он полностью властен и в границах которого независим от вышестоящей власти. Это общество частных интересов и дел, где каждому что-то принадлежит, и каждый имеет право на собственное дело. Это и есть гражданское общество, в котором люди связаны между собой как независимые друг от друга индивиды. И подлинная демократия та, где люди, предоставив возможность заниматься политикой своим свободно избранным представителям, получают взамен свободу заниматься своим прямым, непосредственным делом. Общество, в котором политическая власть – предмет всеобщего вождения, чуть ли не подавляющего все остальные интересы, не является ни демократическим, ни правовым.

Важной стороной правовой демократии является профессионализация политической деятельности. Все формы бюрократической и тоталитарной власти преодолеваются не отрицанием власти и не ее превращением во всеобщее дело всех, а культурой власти, которая, как и любое другое культурное дело, может осуществляться только профессионалами.

В.М. Межуев, к примеру, полагает, что дефицит профессиональной политики и отсутствие широкого слоя свободных и самостоятельных в своей хозяйственной и духовной активности граждан – два основных препятствия на пути к правовому государству. В этой ситуации демократизация общества может значительно опережать его экономическое развитие, что таит в себе опасность тоталитарного перерождения. Решение проблемы в согласовании, синхронизации демократических (политических) преобразований и экономических реформ, способствующих вызреванию в России гражданского общества и рыночной экономики.

Что же касается свободы как признания автономии личности, совпадающего «с самим существом жизни» (С. Франк), мы видим, что не маркированная юридическими «вехами», не обеспеченная правом, не гарантированная законом свобода таит в себе противоречивые возможности. В условиях общества вне нравственного по сути и безнравственного по трагическому стечению исторических обстоятельств открывается простор для действия мощных внутренних разрушительных сил. Произвол, инициированный необузданным поведением верхов и обратившийся со временем в произвол массовый, тотальный, убеждает тем, что свобода обесценивается, убывает в собственную противоположность, когда ее пространство не очерчено рамками закона как правового императива практической деятельности. В этом перенесении акцента со свободы как чисто экзистенциального состояния, как переживания, мало заботящегося о строгом правовом обеспечении, на демократию, в осознании реальной гражданской свободы как демократии, зиждущейся на устойчивом правовом фундаменте, заключен характерный момент эволюции общественного сознания России транзитивного периода.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЗДАНИЯ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ

Исакова Т.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Не секрет, что акционерные общества являются одним из самых популярных видов юридических лиц среди предпринимателей и граждан. Однако, выбрав такую организационно-правовую форму, учредители сталкиваются с массой трудностей, возникающих при создании акционерных обществ. Действительно, процесс документирования создания общества имеет массу правил, норм и тонкостей. Эти факторы уменьшают эффективность использования акционерных обществ в России, поскольку далеко не всем удается создать акционерное общество в соответствии с нормами законодательства.

В 1992-1996 гг. было создано более 30 тысяч акционерных обществ. Среди них такие гиганты, в Российской Федерации, как «Газпром», РАО «ЕС России», «Роснефть» и в Республике Татарстан: «Камаз», «Татнефть», «Нижнекамскнифтехим» др., а также несколько тысяч крупнейших и крупных предприятий. Благодаря своему финансовому могуществу, контролю над многими отраслями народного хозяйства, нередко монопольному положению на рынке товаров и услуг, а также в силу иных причин акционерные общества все сильнее и сильнее, иногда даже решающим образом, влияют на экономические, социальные, политические и иные процессы, происходящие в стране. В связи с этим актуализируется тема ДО процесса создания акционерных обществ.

Проблема ДО процесса создания акционерных обществ нашло отражение в работах (Асоскова В.В., Долинской В.В., Могилевского С.Д.), в которых проанализированы основные нормы и правила документирования создания акционерных обществ.

Основными правовыми источниками регламентирующими нормативные основы документирования деятельности акционерных обществ являются Гражданский Кодекс РФ и Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ.

Согласно законодательству, акционерным обществом признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу [1].

В соответствии с нормативной базой первым этапом создания акционерных обществ, со стороны аспекта ДЮ, является этап принятие решения об учреждении общества. Учреждение акционерного общества осуществляется по решению учредителей либо учредителя. Учредителями общества могут выступать граждане и юридические лица. Государственные органы и органы местного самоуправления не могут выступать учредителями общества, если иное не установлено федеральными законами [2]. Учредители общества несут солидарную ответственность по обязательствам, связанным с его созданием и возникающим до государственной регистрации данного общества.

Учредителями проводится собрание. Никологорская Е.И. в своих трудах отмечает следующие вопросы, которые решаются на данном собрании: о создании общества; об утверждении устава общества; об утверждении уставного капитала общества; об избрании органов управления обществом [3].

Решение об учреждении общества должно отражать результаты голосования учредителей и принятые ими решения по вопросам учреждения общества, утверждения устава общества. Данное решение принимается единогласно всеми учредителями.

Далее учредители заключают между собой письменный договор о создании общества. Договор должен содержать следующие сведения: порядок осуществления учредителями совместной деятельности по учреждению общества; размер уставного капитала общества; категории и типы акций, подлежащих размещению среди учредителей, размер и порядок их оплаты; права и обязанности учредителей по созданию общества [6].

Договор о создании общества не является учредительным документом общества, он носит обеспечительный характер и поэтому не подлежит государственной регистрации. Договор о создании общества теряет свою силу по достижении цели – создания общества, с момента государственной регистрации общества. По результатам учредительного собрания составляется протокол.

Таким образом, первая стадия создания акционерного общества документируется путем письменного договора о создании общества и протоколом по итогам собрания учредителей.

Второй этап работы по созданию акционерного общества – это подготовка учредительных документов, так как любое юридическое лицо действует на основании своих учредительных документов.

Учредительным документом акционерного общества является устав. Устав акционерного общества – это основной закон его функционирования; это нормативный документ акционерного общества, утверждаемый при его регистрации, в котором устанавливаются главные нормы внутренних и внешних взаимоотношений акционерного общества. Задача устава урегулировать все отношения, связанные с функционированием акционерного общества. Одна часть этих отношений регулируется действующими законами, другая – зависит от решения учредителей и акционеров. В результате содержание устава условно можно разделить на две части: общую и специальную [7].

Общая часть устава акционерного общества представляет собой отражение совокупности требований закона ко всем акционерным обществам и включает в себя: наименование акционерного общества; место нахождения акционерного общества; тип акционерного общества; размещаемые акции; права акционеров; размер уставного капитала акционерного общества; органы управления акционерным обществом; сроки оповещения акционеров о проведении общего собрания акционеров; порядок избрания и компетенции ревизионной комиссии; ответственность исполнительного органа общества за организацию и состояние бухгалтерской, финансовой и другой отчетности; сведения о филиалах и представительствах общества; порядок выплаты доходов по акциям; размер резервного фонда.

Специальная часть устава акционерного общества отражает его индивидуальную специфику, например, ограничение срока деятельности акционерного общества; ограничения по возможности проведения закрытой подписки на выпускаемые открытым акционерным обществом акции; ограничения на приобретение самим акционерным обществом размещаемых им акций и т.д.

Шапкина Г.С. отмечает, что устав акционерного общества носит обязательный характер и заключается в том, что устав является нормативным актом, регламентирующим все стороны деятельности акционерного общества. Положения устава обязательны для исполнения всеми органами его управления, а также для всех без исключения акционеров [4].

Устав акционерного общества утверждается учредителями (учредителем) и передается в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц.

Таким образом, единственным учредительным документом акционерных обществ является устав. Создание и ведение устава регламентируется правилами и нормами, которые необходимо соблюдать, только тогда он будет иметь юридическую силу.

Следующим заключительным этапом является государственная регистрация акционерного общества. Акционерное общество, как и любое другое юридическое лицо, подлежит обязательной

государственной регистрации в органе, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц. Порядок регистрации определен федеральным законом № 129 от 8 августа 2001 г. «О государственной регистрации юридических лиц». Государственная регистрация юридических лиц осуществляется федеральным органом исполнительной власти по месту нахождения юридического лица либо его постоянно действующего исполнительного органа. Важно отметить, что регистрация в качестве юридического лица осуществляется государственными органами регистрации, а регистрация эмиссии акций акционерного общества проводится Федеральной службой по финансовым рынкам (ФСФР) [8].

Для государственной регистрации при учреждении акционерного общества необходимо подготовить и предоставить в регистрирующий орган следующие документы: заявление о проведении государственной регистрации; решение о создании акционерного общества в виде учредительского договора; устав акционерного общества, утвержденный учредителями; документ об уплате государственной регистрационной пошлины.

Требования к оформлению документов, представляемых в регистрирующий орган, устанавливаются Правительством РФ. Действует, в частности, Постановление Правительства РФ от 19 июня 2002 г. N 439 «Об утверждении форм и требований к оформлению документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, а также физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей» [5].

Регистрация акционерного общества в качестве юридического лица осуществляется регистрирующим органом не позднее пяти рабочих дней с даты предоставления необходимых документов. Решение о государственной регистрации, принятое регистрирующим органом, является основанием внесения соответствующей записи в государственный реестр, содержащий полные сведения о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц. Моментом государственной регистрации признается внесение регистрирующим органом соответствующей записи в государственный реестр. В течение 15 дней после регистрации акционерного общества об этом должно быть уведомлена Федеральная антимонопольная служба, если общие активы учредителей более 100 тысяч установленных минимальных размеров оплат труда [8].

Таким образом, регистрация учрежденного акционерного общества завершается следующими регистрационными действиями: получением статистического кода (идентификационного номера) в Государственном статистическом управлении; регистрацией в налоговой инспекции; регистрацией в Государственном пенсионном фонде, фондах занятости, медицинского страхования и социальной защиты.

Этапом государственной регистрации процесс создания акционерных обществ подходит к своему логическому концу, по итогу на рынке труда появляется новое юридическое лицо.

Таким образом, теоретический анализ литературных источников по проблеме позволяет выявить, что документообеспечение создания акционерного общества является чрезвычайно важным аспектом существования данной формы собственности, именно поэтому необходимо знать все правила, нормы и нюансы документирования создания акционерных обществ, так как от этого напрямую зависит правомерность и эффективность их деятельности.

Список использованных источников и литературы

1. Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. №208-ФЗ «Об акционерных обществах»
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления», ст. 51.
3. Асосков В.В. Акционерные Общества в РФ. – М.: Адамас, 2009.
4. Долинская В.В. Акционерное право: Учебник. – М.: Дело, 2007.
5. Могилевский С.Д. Правовые основы деятельности акционерных обществ. – М.: Дело, 2004.
6. Никологорская Е.И. Договор о создании акционерного общества: теория и практика. – М.: Юрист, 2006.
7. Шапкина Г.С. Устав акционерного общества. – М.: ИНФРА-М, 2002.
8. Быкова Т.А. Новый порядок регистрации акционерных обществ – новые документы. – М.: ДЕЛЮ, 2008.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Казанцев В.С., Петрова Е.Д., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Стратегическое планирование играет значимую роль в жизни любой организации, но большинство владельцев не понимают всей важности этого элемента управления. Начиная свой малый бизнес, предприниматели часто находятся в заблуждении, думая, что стратегическое планирование должно присутствовать лишь в крупных корпорациях. Многие представители бизнеса просто пытаются сэкономить, так как в данный момент видят перед собой только одну цель, – как можно быстрее продвинуть свой бизнес на рынок. Владелец бизнеса должен четко представлять потребность на

перспективу в материальных, финансовых, трудовых ресурсах, источниках их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе осуществления работы фирмы.

Большинство эмпирических исследований детально разъясняют преимущества стратегического планирования и подчеркивают его позитивное влияние на организационную эффективность.

Стратегические планы малых и средних организаций не обязательно могут быть достаточно простыми [3]. В отличие от крупных корпораций, нет необходимости использовать специальные программы, можно всего лишь расписать шаги организации на пути к успеху. Сам по себе план представляет решения или пути преодоления возможных негативных событий и потенциальных препятствий, с которыми организация может столкнуться. Для организации малого бизнеса это представляет большее значение, чем для крупных корпораций, потому что малый бизнес имеет более низкий порог денежных средств, который можно использовать в случае неудачи. Благодаря небольшим ресурсам малой организации владелец должен быть осторожен в принятии стратегических решений. Чем эффективнее будут принимаемы предпринимателем решения, тем успешнее будет бизнес в целом.

Владельцы малого бизнеса не смогут добиться успеха, если не будут тщательно планировать свою деятельность, планомерно анализировать и систематизировать информацию как о рыночной специфике сегмента, где функционирует организация, так и о собственных перспективах развития.

Основными компонентами стратегического планирования являются: анализ внешнего окружения, миссия организации, стратегические цели и стратегии достижения этих целей [4].

Отправной точкой стратегического планирования является формулирование миссии организации. Миссия должна быть краткой и объяснять причину существования компании и её видение на перспективу. Миссия не должна зависеть от текущего состояния организации, форм и методов ее работы, так как в целом она выражает устремленность в будущее, показывая на что, будут направляться усилия и какие ценности будут при этом приоритетными. Например, одно из заявлений миссии компании «Coca-Cola» гласит «Освежить мир ... тело, разум, душу».

После формулирования миссии следует обратиться к постановке конкретных стратегических целей. Цели организации представляют собой пути, посредством которых планируется выполнить миссию компании. В данной части стратегического плана, поначалу, не нужно беспокоиться о каких-либо конфликтующих между собой целях. Начните с мозгового штурма всех возможных идей и запишите их. Затем вам необходимо тщательно изучить каждую и определиться со своим выбором. Из-за недостатка ресурсов, на начальных стадиях вашей деятельности, вы не сможете преследовать каждую отдельную организационную цель.

Сформулированные цели подлежат корректировке в соответствии с имеющимися условиями внешней среды. Неплохим инструментом для выбора подходящих целей является SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз). Необходимо оценить каждый из этих факторов для своей компании, а также для конкурентов и для отрасли в целом. Хотя SWOT-анализ может потребовать затрат немалого количества времени, он сможет помочь прояснить, что удастся делать правильно, где необходимо внести поправки, и за какие рыночные возможности вам цепляться и от каких защищать себя.

Не мало важным элементом стратегического планирования считается определение стратегий достижения целей. Эти стратегии углубляются на уровень ниже и представляют собой план того, как вы будете добиваться организационных целей. Например, стратегия компании «Coca-Cola» по достижению вышеупомянутой цели может состоять в строительстве широкой сети заводов и обширной дистрибьюторской сети, так чтобы обеспечить напитками каждого человека на земле. Важно помнить, что вам, возможно, время от времени, будет необходимо корректировать стратегии, в зависимости от их результатов в условиях меняющейся рыночной динамики. Обязательно предусмотрите в плане регулярные оценки результатов стратегий.

При разработке стратегии она обязана затронуть все предприятие и его уровни управления. Потому что решения, которые вырабатываются при стратегическом планировании, имеют прямое отношение ко всем сотрудникам организации. Исходя из этого, необходимо согласовать интересы при выработке стратегии. Наиболее эффективным методом при разработке стратегии считается групповое обсуждение, так как, позволяет рассмотреть огромное число альтернатив. Но сходимость при групповом выборе существенно ниже, чем при единоначалии. Поэтому идеальный выход из ситуации – это групповое обсуждение и единоличное принятие окончательного решения. Выделяют следующие стратегии:

Начальная стратегия. Целью этой стратегии является умеренный рост. Это обеспечивает организации выход на оптимальную эффективность. Руководство занимает бдительную позицию по отношению к ускорению темпов развития и старается обеспечить выявление узких мест и их ликвидацию, для того чтобы в дальнейшем занять лидирующую позицию на рынке. Как уже отмечалось, руководство должно быть готово к тому, что на первом этапе могут возникнуть сложности в производстве. Такие как, административные трения, напряжённое финансовое состояние, связанное с большими затратами и отсутствием доходности. Однако одной из целей начальной стратегии является быстрота данного этапа и переход к следующей стратегии.

Стратегия проникновения. Стратегия проникновения направляет свои усилия на организацию для более глубокого проникновения на рынок и развитие дополнительных усилий по увеличению объема продаж и темпов роста. Если для этого требуются поглощения и приобретения, то они производятся в рамках данной стратегии. Долговременные программы предусматривают укрепляющие и развивающие действия по всем направлениям функционирования предприятия, особенно обращая внимание на усиление финансовых позиций, модернизацию основных фондов, НИОКР. После достижения этих целей и проведения все необходимых внутренних перестроения, предприятие может перейти к следующей стратегии.

Стратегия ускоренного роста. Целью стратегии ускоренного роста является полное использование внешних и внутренних возможностей. Данный этап цикла роста должен производиться как можно дольше, так как именно он использует многие ресурсы, рост доходов начинает превосходить рост продаж, доля рынка приближается к запланированной. Но на данном этапе ускоренного роста начинают накапливаться и возникать негативные тенденции в деятельности организации, поэтому одной из целей данной стратегии является как можно более раннее их выявление и попытка разрешения. Если организация не может решить возникшие проблемы, то руководство предприятия в рамках данной стратегии начинает плавный переход к реализации следующей стратегии.

Стратегия переходного периода. Целью стратегии переходного роста является обеспечение после периода ускоренного роста период перегруппировки и перестройки деятельности предприятия для вхождения в новый цикл роста как можно быстрее, то есть, не допуская длительной стагнации. Эта стратегия предусматривает экономию, отказ от новых производств.

Происходит глубокий анализ существующего положения дел на предприятии с целью уменьшения затрат, повышения доходности изделий, перестройки системы управления.

Программы действий описывают то, как вы будете реализовывать ваши стратегии достижения целей. Ключ к разработке эффективных программ действий состоит в максимально возможной детализации. Важно позаботиться о том, чтобы каждый шаг программы был описан таким образом, чтобы на нем можно было ставить галочки, подобно тому, как это делается в контрольном списке необходимых покупок. Это поможет сконцентрироваться на стоящих перед вами задачах и определить, удалось ли выполнить необходимые программы в установленные сроки.

Формальное планирование может дать огромные преимущества не только большим или малым компаниям, но и начинающим и имеющим определенный опыт. Оно заставляет компанию четче определять свои цели и политику, приводит к лучшей согласованности в работе и дает объективные показатели эффективности работы. Оно побуждает руководство постоянно думать о будущем. Аргумент о бессмысленности и ничтожности планирования в условиях постоянных рыночных изменений не выдерживает критики, а как раз наоборот, означает, что тщательное планирование помогает компании предвидеть изменения среды и оперативно реагировать на них, а также всегда быть готовой к непредвиденным обстоятельствам. Существуют несколько видов планов, по которым работают преуспевающие организации:

- Годовой план представляет собой краткосрочный план, описывающий текущую ситуацию, стратегию на предстоящий год, цели компании, программу действий, формы контроля и бюджет.
- Долгосрочный план описывает основные факторы и силы, которые будут влиять на организацию на протяжении последующих нескольких лет. Он содержит долгосрочные цели, основные маркетинговые стратегии, которые в будущем будут использоваться для их достижения, а также определяет необходимые ресурсы. Такой долгосрочный план ежегодно обновляется с целью внесения поправок в соответствии с произошедшими изменениями. Годовой и долгосрочный планы напрямую связаны с текущей деятельностью компании, помогают в ее осуществлении.
- Стратегический план создается для того, чтобы компания могла использовать все свои возможности в постоянно изменяющейся среде, сугубо в своих. Это с одной стороны, процесс установления и сохранения стратегического соответствия между целями и возможностями компании и изменяющимися возможностями рынка – с другой.

Итак, стратегическое планирование является фундаментом для остальных видов планирования в компании. Изначально определяются глобальные цели и миссии фирмы, а затем устанавливаются более конкретные цели. Для этого собирается полная информация о внутренней среде организации, ее конкурентах, ситуации на рынке, а так же обо всем том, что так или иначе сможет повлиять на работу организации. По итогам проведения SWOT-анализа готовится подробный отчет о сильных и слабых сторонах фирмы, возможностях и угрозах, с которыми ей придется столкнуться. После этого руководитель решает, какими товарами и видами деятельности следует заниматься, то есть какую именно поддержку нужно предоставить каждому из них. Также есть необходимость разрабатывать свои подробные маркетинговые и другие планы, в соответствии с общими целями и задачами. Таким образом, маркетинговое планирование осуществляется на каждом этапе производства, отвечающих за отдельные виды деятельности, категории товаров и рынки и оно довольно таки облегчает стратегическое планирование, за счет детального планирования различных маркетинговых ситуаций.

Список использованных источников и литературы

1. Магданов П.В. Современный подход к стратегическому планированию // *Ars Administrandi*. – 2011. – № 1. – С. 11-26.
2. Савтюгина А. Стратегическое планирование для малого и среднего бизнеса – упрощенный подход к трудоемкой работе [Электронный ресурс] – URL: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_16/article_299/
3. Стратегии делового роста для малого, среднего и крупного предприятия / [Электронный ресурс] / Портал «Управление производством». – 2012. – URL: <http://www.up-pro.ru/library/strategy/planning/strategii-rosta.html>
4. Стратегическое планирование в малом бизнесе / [Электронный ресурс] / Портал «Деловой мир». – 2011. – URL: Код доступа: <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=11058>

ФЕНОМЕН МАКРО - И МИКРОСОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Карнаухова Н.А., ст. преподаватель

Национальный исследовательский Томский государственный университет

«Для того, чтобы быть успешной компанией на сегодняшний день недостаточно иметь круглый счет в банке и стабильную сверхприбыль, необходимо еще и осознавать степень ответственности себя, как руководителя этой компании, за судьбу людей, которые помогли стать успешным бизнесменом, которые внесли свой вклад в развитие данного бизнеса: будь то сотрудники, коллеги или потребители» (Жолудев В.И., директор ООО «Эрел»; сектор экономики – освоение природных ресурсов). Такие фразы все чаще звучат на бизнес-встречах, транслируются через специализированные журналы, размещаются на форумах и сайтах, посвященных маркетингу, менеджменту, связям с общественностью в коммерческой и государственной сфере.

Тема социальной ответственности бизнеса становится все более популярной и актуальной. Если несколько лет назад об этом лишь говорили некоторые известные люди, преимущественно, из сферы политики, и, чаще всего, для того, чтобы с помощью данной темы улучшить собственное самопозиционирование, то сейчас это является атрибутом успешности отраслей, холдингов и конкретных организаций. Чем выше статус организации и ее роль в жизни города, района, региона, страны, тем более пристальное внимание уделяется социальной ответственности и репутационному капиталу. А. Этционе, автор работы «Нравственное измерение», как-то написал, что «жизнь – это не только деньги, власть, слава и личный интерес» [4].

Данное высказывание можно принять как постулат для эффективного развития бизнеса, так как сегодня большинство предпринимателей понимает, что для стабильности компании уже недостаточно иметь высокие прибыли и власть на своем сегменте бизнес-рынка. Необходимо «что-то», что могло бы позволить организации успешно процветать. И это «что-то» – корпоративная социальная ответственность, или просто социальная ответственность бизнеса.

Как и любое понятие из сферы социально-гуманитарных наук, термин «социальная ответственность бизнеса» имеет свой путь развития, свою историческую траекторию движения. Понятие «социальная ответственность бизнеса» впервые было сформулировано в середине XIX в. как концепция, следуя которой бизнес, помимо соблюдения законодательства и производства качественного продукта и услуг, должен добровольно взять на себя дополнительные обязательства перед обществом и попытаться внести вклад в развитие охраны окружающей среды. По мнению большинства специалистов, первым человеком, который поднял тему социальной ответственности, был Роберт Оуэн (1771-1858 гг.). Он рассматривал управленческие модели бизнеса не только как институт, а как совокупность отдельных личностей, использующих людские и иные ресурсы для достижения корпоративных целей. Однако, профессиональное использование термина «социальная ответственность бизнеса» началось благодаря Эндру Карнеги в 1899 году [3].

Американский бизнесмен предложил концепцию социально-ответственной организации, которая основывалась на двух принципах: благотворительность и эффективное управление собственностью. В соответствии с первым принципом общество ожидает от бизнеса вложения ресурсов на решение наиболее острых социальных проблем, оказание помощи наиболее нуждающимся в ней или на обслуживание общественных потребностей. Второй принцип – управление собственностью – также имеет глубокую нравственную основу. Э. Карнеги полагал, что бизнесмены должны рассматривать себя лишь как уполномоченных обществом управляющих своей собственностью. По его мнению, богатые владеют своими деньгами «по доверенности» общества. Поэтому они должны их использовать в интересах общества для приумножения общественного богатства посредством расчетливого вложения ресурсов.

В современной литературе чаще всего выделяют три основные теории социально-ответственного бизнеса [7]:

1. «Теория корпоративного эгоизма», которая была сформулирована Милтоном Фридманом в 1971 г. Согласно этой концепции единственная ответственность бизнеса – это увеличение прибыли для своих акционеров: «Существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры, то есть заниматься открытой свободной конкуренцией без обмана и мошенничества» [3]. По мнению М. Фридмана руководители организаций не должны отвлекаться на изучение и разрешение каких-либо социальных проблем общества. Они должны лишь заниматься организацией производства товаров и услуг для выведения компании к постоянному увеличению прибыли. Это их непосредственное прямое дело. Социальные проблемы общества – это дело государства и самого общества, а также различных профсоюзов.

2. «Теория корпоративного альтруизма», которая по другому называется «американской моделью», так как она была предложена Комитетом по экономическому развитию США. Она появилась одновременно с теорией Фридмана и представляет собой полную ее противоположность. В основе данной концепции лежит понимание того, что обязанностью корпорации является улучшение качества жизни всего общества.

3. «Теория корпоративного гражданства». Она возникает в середине 80-х гг. XX в. и с того времени становится господствующей среди существующих теорий социально-ответственного бизнеса. Данная концепция сравнивает поведение современных корпораций с поведением граждан, реализующих свою ответственность перед обществом. Фирма – это основной общественный институт, придающий особое значение своим правам и обязанностям и не ограничивающийся только деятельностью чисто делового характера. Современная компания ответственна за происходящее в стране. Поэтому она стремится принять участие во многих благотворительных общественных и культурных проектах развития.

Основными положениями этого подхода являются следующие: бизнес честно выплачивает все необходимые налоги и сборы; бизнес не ждет, пока его попросят, а ищет сам, куда и как направить свои социальные инвестиции; бизнес находит самые актуальные для общества темы и решает проблемы, волнующие большую часть населения; бизнес привлекает самих людей к решению социальных проблем; бизнес не боится наступать на мозоли государству, отстаивая интересы общества; бизнес заботится не только об обществе, но и своих сотрудников; естественно, бизнес добивается от социальных инвестиций экономической отдачи и выгоды для себя.

Анализируя эти три теории, можно сказать, что они являются своего рода этапами развития корпораций. На первом этапе, в начале XIX вв., когда только начали зарождаться крупные предприятия, прибыль для них была основа основ, и руководители-менеджеры этих предприятий не должны были рисковать прибылью ради каких-либо социальных целей, достижение которых не требовалось законом. Использование ресурсов организации на цели, которые непосредственно не вели к максимизации прибыли, рассматривались как растрата средств собственников без их ведома и согласия. Социальная ответственность бизнеса заключалась лишь в ведении дел без всякого обмана и мошенничества и заботе о собственниках компании. Ни о какой благотворительности и подобном социальном инвестировании со стороны предприятий речи не шло. Единственным наиболее подходящим институтом для решения социальных проблем было государство, имеющее более широкое видение существующей ситуации.

На втором этапе развития на бизнес – рынке уже появилось множество предприятий, производящих однотипные товары и услуги. Появилось такое понятие как конкуренция, которая ожесточилась тяжелым экономическим кризисом начала XX в., существовавшим в то время во многих развитых странах и имевшим мощные экономические, социальные и политические последствия во всем мире. Это привело руководителей многих предприятий к пониманию того, что для их собственного выживания необходимо улучшить качество жизни всего общества. Так как государства были не в состоянии повысить уровень жизни своего населения, эту проблему необходимо было решать непосредственно собственникам организаций. Таким образом, предприятия наряду с государствами были вынуждены стать ответственными за социальное благополучие общества. Они вкладывали деньги в решение наиболее значимых социальных проблем, но они не понимали, каким образом это нужно было делать, чтобы был положительный результат. Социальное инвестирование было недостаточно развитым. Работа в этом направлении носила бессистемный, хаотичный характер и не отличалась особой эффективностью, так как социальная ответственность бизнеса была вынужденной и в основном неосознанной.

На третьем, современном этапе (в конце XX в.) в мире формируются новые факторы благополучного существования предприятий, которые можно охарактеризовать высказыванием Артура У. Пейджа: «Любой бизнес в любой демократической стране начинается с того, что этот бизнес разрешен самим обществом и существует лишь с его одобрения» [2].

Поэтому для менеджеров крупных предприятий становится ясно, что делать самоцелью лишь получение и увеличение прибыли недальновидно, так как нельзя противопоставлять интересы компании интересам социума и государства, а также интересам ее сотрудников. Уже стало не актуальным говорить о социально ответственном бизнесе лишь как о честном бизнесе по отношению к своим конкурентам, как

это делалось на первом этапе. Социальная ответственность стала предполагать наличие некой доброй воли, осознанное стремление наладить цивилизованный диалог между бизнесом и властью и между бизнесом и обществом, который возможен только в том случае, если предприятие будет не только производить качественные товары и услуги и быть честным по отношению к своим конкурентам, но и заботиться о своих сотрудниках и об обществе в целом при соблюдении законов государства.

Под социальной ответственностью бизнеса стали понимать добровольную деятельность корпораций, направленную на производство качественных и безопасных товаров и услуг, на защиту окружающей среды, на социальное и экономическое развитие собственных сотрудников и общества в целом, а также соблюдение законов государства. Лишь те предприятия, которые выполняли эти условия и которые систематически осуществляли социальное инвестирование на улучшение качества жизни населения, стали называться социально ответственными.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что в современном понимании социальная ответственность бизнеса или корпоративная социальная ответственность предполагает добровольный и осознанный вклад фирмы в построение корпоративного гражданства. Это означает ее участие в многочисленных социально значимых программах, которые много лет находились под патронажем государства, использование компанией части получаемой прибыли на общественные нужды, а также защита окружающей среды и соблюдение открытости и прозрачности своей деятельности по отношению к конкурентам и государственным органам власти.

Кроме того, следует отметить, что современное понимание феномена социальной ответственности нельзя назвать гомогенным. Это связано, преимущественно, с тем, что семантическое пространство данного термина довольно широко и неоднородно. Одни авторы видят исключительно макросоставляющую данного понятия, в большей степени, связанную с жизнью общества в целом, с государством, с различными макросферами и макрофакторами жизни людей в конкретном социуме. Другие же авторы – делают акцент исключительно на внутренней составляющей социальной ответственности бизнеса.

К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести: безопасность труда; стабильность заработной платы; поддержание социально значимой заработной платы; дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников; развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; оказание помощи работникам в критических ситуациях

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести: спонсорство и корпоративную благотворительность; содействие охране окружающей среды; взаимодействие с местным сообществом и местной властью; готовность участвовать в кризисных ситуациях; ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

И, наконец, третья группа авторов, изучающих проблему социальной ответственности бизнеса, выделяет макро и микросоциальную ответственность как некий единый феномен, позволяющий гармонично развивать как отдельную компанию в контексте КСО, так и сегмент рынка или отрасль.

В 2001 году на вопрос: «Как Вы понимаете социальную ответственность?» представители российского мелкого и среднего бизнеса ответили так: создание и обеспечение рабочих мест – 95%; забота об окружающей среде – 48%; соблюдение законов – 27%; благотворительность – 3% [1].

Опрос руководителей предприятий реального сектора экономики России в 2004 году выявил следующие особенности понимания социальной ответственности организации: создание рабочих мест, обеспечение достойных условий труда и уровня оплаты работников – 80,6 %; повышение квалификации и профессиональная подготовка кадров на предприятии – 51,2%; участие в решении отдельных социальных вопросов работников предприятия (лечение, отдых, условия жизни) – 52,8%; осуществление благотворительной и спонсорской деятельности в интересах граждан или их организаций – 36,1%; участие в решении отдельных социальных вопросов в городе, населенном пункте по месту деятельности предприятия (поддержка учреждений образования, культуры, благоустройство территории, развитие или содержание социальной инфраструктуры) – 34,7%; помощь органам власти в решении проблем на территории населенных пунктов – 23,6% [6].

Если мы обратим внимание на основные темы/проблемы социальной ответственности, выделенные ISO/WD 26000, то увидим некий переходный вариант от макро- и микрофакторов социальной ответственности к их объединению в единую концепцию.

- Окружающая среда (Environment)
- Организационное управление (Organizational governance)
- Права человека (Human rights)
- Практики труда (Labour practices)
- Вовлечение сообщества (Community involvement)
- Ответственность перед потребителем (Consumer issues/ product responsibility)
- Справедливая практика деловых отношений/рыночные правила (Fair business practices/market rules) [5].

В более современной литературе, в частности, в журнале «Менеджмент» за 2006 и 2007 гг., неоднократно, в разных статьях употреблялось следующее определение социальной ответственности бизнеса – это форма этики и связанных действий организации, касающихся ответственности организации за влияние ее действий на другие организации и совместимых с ее собственными интересами и интересами общества.

Данное определение как раз относится к третьему направлению в изучении феномена социальной ответственности бизнеса, в котором формируется комплексный подход к пониманию КСО, включающий в себя как макрофакторы, так и микрофакторы социальной ответственности бизнеса. Но не отдельно каждый по себе, а интегрировано, с целью создания единого подхода или единой концепции социальной ответственности бизнеса. Что становится наиболее значимо в условиях изменяющихся и рыночных условий, и потребительских предпочтений, и возрастающей роли косвенного государственного регулирования бизнеса.

Таким образом, напрашивается вывод о необходимости создания подхода к рассмотрению социальной ответственности бизнеса, направленного на создание комплексной системы разработки, внедрения и продвижения факторов социальной ответственности бизнеса в рамках конкретной организации и, возможно, через систему интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Список использованных источников и литературы

1. Благотворительность в России. Социальные и исторические исследования. – СПб, 2001
2. Векслер А.Ф., Тульчинский Г.Л. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. – Н. Новгород, 2002. – С.11.
3. Малинин Е. Д. О социальной ответственности предпринимателей. // ЭКО. - 2000.- №11. - С.161.
4. Ньюсом Д., Терк Джуди Ван Слайк, Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика публик рилейшнз. – М., 2001. – С.273.
5. Самосудов М.В. Еще раз к вопросу о социальной ответственности бизнеса // Акционерный вестник. – 2006. – № 4 (31).
6. Тульчинский Г.Л. PR: культура деловых коммуникаций. Как это делать в России. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации) – СПб, 2006. – 104 с.
7. Шишкина М. А. Де-юре и де-факто: социальная ответственность бизнеса. // PR-диалог. 2003 – 2004. – № 6-1 (29-30). – С.8.

ПРАКТИКА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ОБЛАСТИ ПРИВАТИЗАЦИИ

Кашавцева Н.А., студент

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета

Приватизация довольно долгий период находится в зоне внимания не только органов власти различного уровня, но также экспертов в различных областях знаний: науке, юриспруденции, политологии и прочее. На сегодняшний день, когда отчуждение основной части государственной и муниципальной собственности в собственность юридических и физических лиц почти завершено, в области приватизации образовалась ситуация, которая требует особого переосмысления для определения стратегии дальнейшего реформирования в области экономики.

С одной стороны, под сомнение встает перспектива продления приватизации, финансовой стабилизации и демонополизации как предпосылок перехода от планово-распределительной системы к рыночному хозяйству. С другой, трудности, с которыми приходится сталкиваться на современном этапе периода отечественной экономике, накладывают свой отпечаток на выбор приоритетных направлений реформирования экономической системы страны. Одним из основных источников пополнения бюджета все так же остается продажа государственной собственности, но на первый план выходит задача поворота процесса приватизации в русло структурной перестройки экономики.

Если гражданин определился с тем, что хочет приватизировать свою жилую собственность, он должен осознавать все последствия. Квартиру можно приватизировать как самостоятельно, так и через посредников (риэлторов). Самостоятельно, конечно дешевле, но намного медленнее чем через посредников. Приватизация имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

В России на данный момент вновь была продлена приватизация квартир до 2015 года.

Многие люди, которые не успели или до последнего тянули с приватизацией, могут сейчас спокойно продолжать оформление квартиры в собственность. Но следует ли это делать всем без исключения?

Под приватизацией жилья принято понимать добровольно – безвозмездную передачу государственных или муниципальных жилых помещений в собственность частным лицам. После приватизации вы становитесь полноправным собственником занимаемого вами жилья (квартиры, комнаты, жилого дома).

Многие юристы и экономисты в приватизации квартир видят как множество минусов, так и плюсов.

Одним из плюсов является, возможность распоряжаться собственностью, которая приватизирована: ее можно подарить, передать по наследству иным лицам, а так же продать.

Дальнейшим плюсом можно считать надежность собственности, так как собственника трудно выселить. Кроме этого проблематично выселить и нанимателя, так как его жилищные права защищены на должном уровне. Чтобы лишиться квартиры, вышеупомянутый наниматель должен очень «постараться». Существует исчерпывающий перечень случаев (ст. 83 Жилищного Кодекса РФ), при которых наниматель может быть принудительно выселен из занимаемого неприватизированного жилья в судебном порядке:

- если не было предоставлено иное жилое помещение то, могут быть выселены граждане, которые лишены родительских прав, если совместное проживание с ними детей признано судом как невозможное.

- неуплата гражданами более шести месяцев платы за жилое помещение и коммунальные услуги, без уважительных причин. В данной ситуации гражданам обязаны предоставить другое жилое помещение, площадь которого не менее установленной законом для таких случаев.

- наниматель жилого помещения подлежит выселению, если он использует жилое помещение не по назначению, а также систематически нарушает права и законные интересы соседей или бесхозяйственно обращается с жилым помещением, допуская его полное или частичное разрушение.

С другой стороны, известны случаи при которых собственник жилого помещения может быть выселен из квартиры, находящейся в собственности – так к примеру можно взять ту же неуплату коммунальных платежей и квартплаты, обращения на жилое помещение взыскания по обязательствам (административные штрафы, налоговые недоимки, ипотека и т.д.).

Одним из минусов приватизации можно назвать, то, что недвижимость стоит достаточно дорого, и это знают все. Но, существуют люди, готовые за такие деньги «пустить» во все тяжкие». Известно довольно много случаев, когда у жителей, которые относятся к незащищенным слоям населения (одиноким старикам, алкоголикам и т.п.), отбирали квартиры. Отобрать государственную или муниципальную квартиру значительно проблематичнее, чем сделать договоры для смены владельца приватизированной квартиры и «липовые» доверенности.

Так же минусом приватизации можно считать то, что налоги рано или поздно станут рыночными. Собственник каждый год в обязательном порядке следует уплачивать налоги на имущество физических лиц.

В налогообложении недвижимости в России можно выделить две важные особенности. Во-первых, существуют льготные категории населения, которые эти налоги не платят, или платят, но в незначительных размерах. А во-вторых, для основной категории налогоплательщиков, налоги значительно снижены, так как они рассчитываются не от рыночной стоимости жилья, а от оценочной стоимости, определенной бюро технической приватизации (БТИ), которая значительно ниже.

Очередным минусом приватизации является риск утраты собственного имущества, где ответственность за свое жилье несет его собственник. Согласно ст. 211 ГК, риск потери имущества лежит на собственнике. Говоря более понятно, если разрушена взрывом, или сгорела и т.п. государственная квартира, восстанавливать ее в прежнее состояние будет заботой государства. Если же частная то, процесс восстановления будет за собственником. Пока граждане в России, еще не до конца это поняли, и при появлении проблем по привычке «бегут» к властям, где их «огорчают до невозможности». Основным вариантом решения данной проблемы в такой ситуации давно известен: добровольное страхование личного имущества. Но коммерческие страховки стоят огромных денежных затрат, и не все категории граждан готовы платить за событие, которое может и не наступить. Справедливости ради нужно отметить, что существуют программы льготного страхования жилых помещений.

На сегодняшний день предполагается, что налог на недвижимость может быть введен в 2013 г., – такой план согласовали Минэкономразвития и Минфин. При этом в перспективе оценкой недвижимости, возможно, будут заниматься налоговые органы. Здесь, налог на недвижимость, скорее всего, будет заменен на два существующих - на налог на имущество и налог на землю. Новый налог, скорее всего, будут брать с рыночной стоимости недвижимости, а не с оценок БТИ, как это было раньше. Какими сейчас будут ставки налога на недвижимость пока не ясно. При сохранении прогрессивной шкалы, которая действует для налога на имущество, платеж может возрасти до весьма солидных размеров. Также остается не очень понятно, решатся ли власти «обложить» пенсионеров и другие категории льготников. Исходя из этого, можно сделать прогноз на возможность социального взрыва. С другой стороны, деньги государству всегда нужны. По данному пункту можно сказать, о том, что с точки зрения налоговой политики государства, неприватизированная квартира несомненно лучше приватизированной, поскольку налогов здесь не может быть.

Но, как известно, приватизировать можно не все жилые помещения. Так, к примеру, приватизации не подлежат квадратные метры, находящиеся в аварийном доме, в общежитиях или служебных

помещениях. Исключениями могут являться служебные помещения, относящиеся к жилищному фонду совхозов и предприятий в сельской местности, приравненные к их жилищному фонду.

Вместе с данными правилами действуют другие, согласно которым помещение, попавшее в план модернизации или реконструкции, могут быть приватизированы.

На фоне приведенных аргументов можно сделать вывод о том, что не нашлось конкретных плюсов как в пользу того, чтобы приватизировать квартиру, так и чтобы оставить ее в муниципальной собственности. Но вопрос «что же лучше?» ответ дает каждый сам себе.

Среди юристов, экономистов, а так же специалистов в области недвижимости сложилось следующее мнение: тем, кто идет по жизни уверенно, имеет планы продавать и покупать квартиры, вкладывать деньги в бизнес и т.д. – им, скорее всего, разумнее иметь жилье в собственности. А, вот, людям, которые в качестве ориентира рыночных цен принимают цены в магазинах, или тем, кто не имеет иных источников дохода кроме пенсии – таким, вероятно, вылезать из «убежища» неприватизированной квартиры неразумно.

Список использованных источников и литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации с комментариями. Части 1,2. – М.: Эксмо 2012.
2. Экономическая теория (политэкономия) / под ред. Видяпина В.И., Журавлевой Г.П. – М., 2009.
3. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_RASVR_49789/
4. <http://www.goldkey-realty.ru/news/135/>

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ФЛЕШМОББИНГА

Козлова А.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Не так давно в наш лексикон вошло слово «флешмоб». Слово это слышали, наверное, уже все без исключения граждане, имеющие телевизор, интернет или радиоприемник. Подсознательно из контекста, в котором употребляется данное слово, несложно догадаться, что этот термин подразумевает под собой какие-либо массовые действия. При попытке более подробно узнать о явлении в целом и в частности, этимологию слова «флешмоб», можно обнаружить, что информации по данному вопросу недостаточно. Отсутствие информации объясняется, прежде всего, тем, что флешмоб как явление появился совсем недавно.

Дословно с английского (flashmob), флешмоб переводится как «вспышка толпы» или «мгновенная толпа». В словаре молодежного сленга понятие «флешмоб» имеет два значения:

1. Акция – неожиданное появление незнакомых людей в заранее установленном месте и в заданное время. Участники по сценарию совершают определенные действия, а потом быстро расходятся, растворяясь в толпе также неожиданно, как и появились. Флешмоб представляет собой яркую и немного абсурдную кратковременную акцию (обычно до 5 минут) с заранее разработанным планом действий. Единственная цель флешмоба – это получение удовольствия участниками.

2. Явление – всемирное неформальное молодежное движение флешмобберов.

Сегодня формат флешмоба повсеместно пытаются использовать специалисты в области маркетинга, рекламы, PR. Рекламные акции с использованием элементов флешмоба стали обычным явлением. Однако, участниками таких акций часто являются не добровольцы, а промо-персонал, и не всегда подобные мероприятия становятся действительно массовыми. Это говорит о том, что явление на сегодняшний день изучено еще не достаточно хорошо. Конечно, подобные спланированные акции не могут считаться флешмобом в чистом виде, так как нарушают основные принципы флешмоба: спонтанность в широком смысле; отсутствие централизованного руководства, избранного командира; отсутствие каких-либо финансовых или рекламных целей; участники флешмоба во время акции не должны никак показывать, что их что-то связывает; отказ от освещения флешмоба в СМИ.

Точкой отсчета явления «флешмоб» считается книга социолога Говарда Рейнгольда «Умная толпа: следующая социальная революция», опубликованная в октябре 2002 года. В ней говорится о потенциальных возможностях толпы, способной собираться за пару часов с помощью современных цифровых технологий (e-mail, sms). Многие флешмобберы на Западе считают его «отцом-основателем» движения.

Первые флешмобы проходили в крупных городах: Нью-Йорке, Токио, Лондоне, Берлине; позже присоединилась Россия: Санкт-Петербург и Москва. Их целью было развлечение, привлечение внимания и своеобразная эмоциональная подзарядка.

В настоящее время само слово «флешмоб» стало нарицательным, и им начали называть любую акцию, в которой участвует некоторое количество человек. Флешмоб-акции подразделяются на виды в зависимости от места проведения, идеи и впечатления, которое хотят произвести мобберы.

Приведем несколько наиболее распространенных видов флешмобов:

- Классический флешмоб. Главная цель – удивить случайных зрителей, но так, чтобы у них это действие не вызывало усмешки.

- Полит-моб или социо-моб; акции с социальным или политическим оттенком. Главная цель – выражение общественного мнения или привлечения внимания к проблемам.

- I-моб; акции, проводимые в Интернете (форумы, icq, e-mail, чаты). Главная цель – привлечение внимания к какой-либо проблеме, либо оказание поддержки; также используются для повышения рейтинга ресурса.

- Фан-моб; главная цель фан-моба – выражение памяти, уважения кумиру. Участники данного моба, как правило, копируют стиль артиста, используя соответствующую одежду и атрибутику. Хореография и музыка данного флешмоба обязательно должна быть подобрана из репертуара кумира.

- Рекламный флешмоб. Главная цель – рост информированности потребителей, привлечение внимания, повышение имиджа.

В таблице 1 приведены примеры пяти наиболее популярных флешмоб-акций за летний период 2012 года.

Таблица 1. «Наиболее популярные флешмоб - акции, проведенные за летний период 2012 г.»

Цель	Тренд	Условия проведения	Реквизит	Что нужно делать
Танцевальный флешмоб				
Заставить окружающих танцевать вместе с ними	Танцевальный флешмоб сейчас на пике популярности, его сценарии не повторяются никогда	Акции проводят на многолюдных площадях, предпочтительнее – в выходной день. Количество участников – от 15 человек. Хореография должна быть достаточно простой, чтобы движения за две-три репетиции мог выучить любой человек	Аудиоаппаратура. Наличие костюма является скорее исключением, чем правилом – участники флешмоба ничем не должны выделяться	Мирно прогуливаться, изображая толпу, пока заводила не включит музыку. Танцевать начинает один человек. Затем к нему присоединяется товарищ, и они начинают исполнять танцевальный номер. Постепенно количество танцующих возрастает, они захватывают все большее пространство. Как только музыка смолкает, мобберы растворяются в толпе
«Обнимашки»				
Стимулирование положительных эмоций	Это один из немногих флешмобов, получивших международное распространение	Улица. Количество участников ничем не ограничено	Табличка «Обниму даром»	Ходить с табличкой «Обниму даром», улыбаться и раскрывать прохожим объятия
«Замри»				
Нарушить привычный порядок действий, заставить людей обратить внимание на то, что происходит вокруг них	Данный вид флешмоба стал настолько популярен во всем мире, что теперь практикуют замирание в самых необычных позах	Большая площадь с часами, вокзал, аэропорт, торговый центр. Аксию имеет смысл проводить только если число участников не меньше 30 человек	Сверенные часы у всех участников	Прогуливаясь по площади, занимаясь исключительно своими делами, с боем курантов или по сигналу участники замирают. Замершие не должны двигаться и менять выражение лица. И только по сигналу участники «отмирают», завершают начатое действие и растворяются в толпе
Коммерческий флешмоб				
Продвижение бренда красиво и с радостью	Появление «новых волн» профессиональных мобберов,	Для того, чтобы на коммерческий флешмоб пришло большое количество	Предмет, ассоциирующийся с брендом; объект рекламы	Действовать согласно оговоренному сценарию

	которые завлекут публику и прорекламируют бренд	человек он должен быть организован на высоком уровне. Идеальная цель – превзойти рекорд из Книги Гиннеса		
Флешмоб в метро				
Повысить настроение людей в метро	Метро пользуется более 6.5 миллионов человек в день – это прекрасное место для того, чтобы разыграть флешмоб-акцию	В зависимости от сценария, флешмоб проходит в вагоне метро или на эскалаторе	Реквизит специфичен для каждой акции	Действовать согласно оговоренному сценарию

Проанализировав имеющуюся информацию, мы бы хотели дать следующие рекомендации организациям, планирующим проведение флешмоб-акций:

1. Место проведения акции выбирается с учётом особенностей сценария, количества участников, погодных условий и других факторов. Площадка проведения должна быть максимально нейтральной.

2. Время проведения акции зависит от особенностей сценария, однако, как правило, выбирается из соображения удобства для участников акции. Вот несколько рекомендаций, составленных на основе опыта проведения авторских флешмоб-акций:

✓ с понедельника по четверг – начало акции не раньше 19:00;

✓ пятница – начало акции не раньше 18:00;

✓ выходные и праздничные дни практически не имеют ограничения во времени проведения акции.

Данные ограничения дают возможность собрать как можно большее количество участников, в том числе привлечь тех людей, которые по будням учатся или работают.

3. На количество участников влияют такие факторы как: место проведения, день недели, время суток, погодные условия, особенности сценария. Следует помнить, что во многом именно от количества участников зависит зрелищность и эффективность акции, а значит, необходимо планировать все обстоятельства флешмоба особенно тщательно.

4. Реквизит является неотъемлемой частью многих акций. Однако, проводя флешмоб, не забывайте, что не стоит выбирать слишком громоздкий реквизит: с ним будет неудобно передвигаться, а также он будет замечен до и после акции, что портит эффект неожиданности.

Следуя вышеперечисленным рекомендациям, вам удастся осуществить флешмоб таким, какой он должен быть.

Ввиду создания нового института социально-гуманитарных технологий, в студенческой среде Томского политехнического университета видится интересным и полезным проведение социальной флешмоб-акции, направленной на знакомство жителей студенческого городка ТПУ с учащимися института.

Видится возможным проведение следующего флешмоба ИСГТ:

- Цель: позиционирование нового института среди студентов.

- Условия проведения: акция проводится на территории студенческого городка ТПУ. Участники – студенты Института социально-гуманитарных технологий.

- Реквизит мероприятия: воздушные шары с надписью «ИСГТ»; устройства, способные воспроизводить музыку.

- Что нужно делать: собрать всех мобберов возле здания НТБ, всем взяться за руки, привязать шарик к каждой паре рук и отправиться с музыкой на пробежку по кампусу ТПУ мимо всех корпусов, а завершить акцию возле главного корпуса, отпустив все шары в небо.

Такая акция укрепит положение студентов ИСГТ в среде своих сверстников, а также подарит всем ее участникам отличное настроение.

Список использованных источников и литературы

1. Словарь молодежного сленга – URL: <http://teenslang.su>

2. Лонская А.:10 летних флешмобов. Русский репортер – URL: <http://rusrep.ru/article/2012/06/20/flehmob/>
3. Флэшмоб в России больше, чем флэшмоб – URL: <http://www.flashmob.ru/>

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ДРУГИЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОГО САМООБРАЗОВАНИЯ

Косарева Е. Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На современном этапе развития российское общество претерпевает быстрые фундаментальные изменения. Этот процесс оценивается как переход от индустриального века к информационному. Глобализационные процессы, коснувшиеся и России, диктуют новые требования к подготовке специалистов. Несмотря на рост количества учебных заведений в мире, спрос на рынке образовательных услуг по-прежнему превышает предложение. Так же отмечается ускорение темпа старения знаний, а это приводит к необходимости постоянного обучения и переобучения специалистов. В освоении знаний становится важным освоение информационных технологий и технических средств, с помощью которых можно получать, перерабатывать и использовать новые знания.

Лавинообразный рост потребностей в повышении квалификации и переподготовке характерен для самых разных областей трудовой деятельности. Важно отметить, что этот процесс объективно долговременен, так как определяется техническим и технологическим прогрессом. В итоге развитые страны мира сегодня практически перешли от практики «одно образование на всю жизнь» к парадигме «непрерывное образование в течение всей жизни» [1.С.25].

Социально-экономическое развитие современной России привело к возникновению таких явлений, как массовые миграционные процессы из одних профессиональных сфер в другие, зарождение новых профессиональных групп, изменение социального статуса ряда профессий, становление предпринимательства и малого бизнеса и другое. Кроме того, экономические изменения повлекли за собой прекращение действия прежних механизмов трудовой мотивации и стимулирования, смещение жизненных ценностей, связанных с трудом. Все это создает предпосылки для смены человеком своей профессиональной стези, ухода в иную профессиональную сферу, соответствующую требованиям современного уклада экономики и отвечающую внутренним требованиям человека на данном этапе его профессионального и личностного развития. Смена профессии стала широко распространенным явлением [2.С.192].

Решение вопроса о смене профессии нередко происходит еще на начальном этапе профессионального становления человека, то есть в период профессиональной подготовки будущего специалиста, когда проблемы профессионального выбора, адаптации к трудовой деятельности и выработки индивидуальных форм ее реализации стоят особенно остро. Поэтому профессиональная подготовка предусматривает наряду с усвоением определенных знаний, умений и навыков формирование такого качества как готовность к непрерывному профессиональному образованию, наличие которого обеспечит вхождение будущего специалиста в интересующую его производственную среду [2.С.194].

Но непрерывное образование невозможно без самообразовательной деятельности самого субъекта. Профессиональная подготовка включает формирование у студентов современного стиля целостного научно-профессионального мышления и готовности к профессиональному самообразованию. Проблема непрерывной профессиональной подготовки тесно связана с проблемой профессионального и личностного самоопределения и самопознания человека.

Выделяют три пути самопознания личности. Первый – оценки, мнения других людей. Второй путь – социальное сравнение, особенно актуальное в юности, когда потребность не отстать от других, «быть на уровне» очень злободневна. И, наконец, третий возможный путь – самооценка, когда человек как бы извне наблюдает за своими поступками и делает вывод о своих личностных качествах. Поступок, то есть действие в социальной ситуации, раскрывает внутренний мир личности, выявляет, что в нем главное, устойчивое, а что – внешнее, ситуативное. Действия и поступки человека тесно связаны с уровнем развития его самосознания [1.С.26].

В зависимости от уровня самосознания человек в состоянии создавать свою личность своими действиями и поступками, следовательно, есть некая закономерность: чем выше ступень развития личности, тем в большей степени ее действия и поступки, а также выбранный ею жизненный путь обусловлены ее самосознанием. Этот, третий путь самопознания наиболее сложен, поскольку человеку иногда приходится специально конструировать особую ситуацию, а затем проверять себя в ней. Очевидно, что одной из таких ситуаций может быть смена будущей профессии, когда молодой человек делает попытку реализовать себя в новом качестве, расширить диапазон своих социальных ролей, оценить свои возможности в другой профессиональной сфере [1.С.27].

Развитие и широкое распространение сетевых информационных технологий (Интернет технологий, web-технологий) на грани тысячелетий открыло доступ к разнообразным по содержанию и по месту расположения информационным ресурсам, что вызвало мощный всплеск инновационной

активности во всех областях человеческой деятельности. Возникла принципиально новая образовательная информационная среда, предлагающая комфортные условия для самообразования, расширения системы непрерывного образования, повышения оперативности и эффективности управления системой образования, а также для интеграции национальной образовательной системы в глобальную образовательную информационную среду. Самообразование становится постоянным слагаемым в жизни культурного, просвещенного человека. Общий культурный уровень оказывается в некотором роде допуском к непрерывному образованию, он прививает вкус к образованию и становится опорой, необходимой для обучения на протяжении всей жизни.

Широкое внедрение в современный образовательный процесс информационно коммуникативных технологий привело к созданию нового направления в образовании, получившего известность под общим названием «дистанционная модель образования» [3.С.93].

Дистанционное (дистантное) – это способ обучения на расстоянии, при котором преподаватель и обучаемые физически находятся в различных местах. Исторически в нашей стране дистанционное обучение до настоящего времени включительно подразумевало заочное обучение, однако сейчас данное понятие обозначает также использование аудио, видео, интернет и спутниковые каналы связи в учебных целях.

Использование дистанционного образования позволит расширить возможности доступа студенчества к образовательным ресурсам, причем в любое удобное время, что расширяет границы практического применения одного из основных принципов современного образования – его индивидуализации, а также повысить уровень вариативности и интерактивности образовательного процесса, обеспечить опережающий характер образования в ответ на требования общества и в конечном итоге повысить эффективность обучения.

Если по данным некоторых экспертов около 70% студентов выбирают дистанционное образование за рубежом, то число таких студентов в России весьма и весьма незначительно. В США более 200 университетов и тысячи колледжей предлагают обучаться дистанционно, насчитывается более 3 млн. слушателей. Всего в мире «электронно» обучаются более 100 млн. человек, и многие аналитики уверенно предсказывают дальнейший рост этого сектора рынка образовательных услуг. По результатам исследования Ambient Insight мировой рынок электронного обучения в 2009 г. составил 27,1 млрд. долларов США и предположительно достигнет 49,6 млрд. долларов в 2014 г. [3.С.94].

Особенно заметен рост в части корпоративного обучения, т.е. повышение квалификации сотрудников, не прерывающее рабочий процесс. Так, согласно Гарри Кранц, который ссылается на данные двух независимых американских исследований, в 2007 году 30% работников прошли обучение с помощью веб-технологий. В целом на каждые три часа корпоративного обучения приходится один час электронного обучения, и это соотношение постоянно растет [3]. В России специалисты также возлагают большие надежды именно в области корпоративного обучения и говорят о наличии серьезных изменений, таких как введение дистанционной формы образования во многих вузах страны: МГИМО, МГТУ им. Баумана и т.д.

Через электронное образование значительно можно сократить ресурсы на переобучение людей, уже имеющих одну специальность. Количество таких людей возрастает в связи с ужесточением требований на современном рынке труда. Укрепление взаимосвязи между образованием, подготовкой на рабочем месте и рынком труда за счет дистанционного обучения и электронных образовательных услуг расширяет возможности для обучения в течение всей жизни. В современном обществе особую весомость приобретает умение работать самостоятельно. *Дистанционное образование* позволяет реализовать потребность в самообучении и постоянном профессиональном самосовершенствовании под профессиональным руководством. Задача преподавателя не только передать глубокие фундаментальные знания, а, прежде всего, развить навыки самостоятельного приобретения и применения знаний, т.е. научить успешно учиться, ориентироваться в потоке информации. Популяризация *дистанционного образования* должна быть направлена на то, чтобы обучающийся стал не просто потребителем образовательных услуг, а субъектом процесса обучения [3.С.95].

Из всего многообразия различных технологий обучения работа, организованная с использованием ресурсов Интернет, веб-сетей, порталов и электронных средств, представляется эффективной и востребованной на современном рынке образовательных услуг. Интерес к электронному обучению и использованию сетевых ресурсов возрос, об этом свидетельствует ряд образовательных проектов, создание сети исследовательских университетов, проведение интернет-консультаций в вузах для абитуриентов. Например, российские видео- порталы *skillopedia.ru*, *univertv.ru*, *youtubeeedu*, содержащие видеозаписи лекций и обучающих видеоматериалов ведущих российских и зарубежных вузов. Международное онлайн-сообщество *Promethean Planet* позволяет учителям – пользователям интерактивной доски загружать ресурсы для интерактивных уроков и обмениваться опытом, пользоваться тематическими интерактивными ресурсами, знакомиться с новыми методами и приемами использования интерактивной доски.

Преимущество таких порталов, платформ и онлайн-сообществ состоит в том, что материалы, там представленные, постоянно обновляются и тем самым не теряют своей актуальности. Ресурсы этих проектов используются в качестве дополнительной библиотеки учебных материалов [4.С.99].

Основу дистанционной модели составляет активное использование современных информационных и коммуникационных технологий. Это предполагает, прежде всего, умение грамотно пользоваться компьютером, использовать все современные информационные и телекоммуникационные средства связи, на основе которых осуществляется интерактивное общение между обучаемым и преподавателем. При этом обучаемый должен не только обладать навыками «пользователя» компьютером и умением работы в Интернете, но и способами работы с аутентичной информацией, с которой он встречается в различных ресурсах Интернета. Студенту для этого необходимо хорошо владеть различными видами чтения: изучающим, поисковым, ознакомительным, работать с электронными справочниками и словарями, что требует не просто знаний, а приобретенных навыков. Каковы же реальные знания и умения студентов? В ходе опроса было установлено, что 98% респондентов имеют персональный компьютер (ПК) в личном пользовании [4.С.101].

Если рассматривать уровень самооценки навыков пользования компьютером, только 4% студентов декларируют, что не имеют навыков работы с ПК. Однако более объективные данные были получены проверочным вопросом об уровнях владения информационными технологиями. Было выделено три уровня. На первом, элементарном уровне респондент пользуется игровыми программами и типовыми средствами MS Office или аналогичными им. На втором, пользовательском уровне респондент умеет согласовывать работу программного обеспечения на своем компьютере. На третьем – программирует задачи на базе имеющихся пакетов прикладных программ.

И оказалось, что около 12% респондентов не владеют ни одним из выше перечисленных программных продуктов. Большинство респондентов (66%) являются обычными пользователями ПК на самом элементарном уровне, т.е. используют компьютер в своей учебной деятельности в качестве «печатной машинки» [4.С.98].

Как известно, кроме огромного количества компьютерных программ, представленных в виде супертьюторов, профтьюторов, комплеев, тьюторов и т.д., дистанционная модель обучения предполагает и широкое использование таких видов телекоммуникаций, как телеконференции, телетьюторинги по подготовке курсового проектирования или выпускной квалификационной работы, а также разнообразные импринтинговые видеофильмы и слайдлекции. Но, несмотря на такую привлекательность дистанционного обучения, сторонников методик, применяемых в обычной системе высшего образования, остается гораздо больше. Тех, кто предпочитает живое общение с преподавателем, традиционное посещение лекций, семинаров, консультаций, – 43%. Можно предположить, что предпочтение данной формы является следствием школьного образования, построенного исключительно на непосредственном субъектно-объектном общении [5.С.38].

Итак, данные исследования свидетельствуют о том, что традиционная форма организации обучения, где в основе лежит живое интерактивное общение преподавателя и студента, пока доминирует в образовательных потребностях студентов. Дистанционная же модель в том виде, в котором она внедряется сегодня в регионах, остается не полностью востребованной. Согласно результатам исследования, причины этого в следующем: во-первых, уровень требований для использования информационно-коммуникационных технологий в образовании значительно выше, чем реальные знания, навыки и умения студентов; во-вторых, данная форма обучения является новшеством для отечественного высшего образования, не получившим пока широкого практического применения.

Поток знаний и интеллекта включает звенья: производство знаний и производство интеллекта, удаление устаревших и дистрибуцию знаний по образовательному пространству. Все большее значение в этом потоке приобретает виртуальная реальность. В мире постоянно происходят перемены. Перманентное обучение в течение всей жизни становится чертой общества. Уходит в прошлое узкая специализация и индивидуальная работа. Непрерывно меняющаяся среда влияет и на личность, и ее стереотипы. Несколько профессий, работа командой – требование времени. Поскольку экономика становится глобальной, а конкуренция международной, происходит расширение и смещение границ, при этом образование можно получить в той стране, в той организации, в том вузе, где лучше учат и той специальности, на которую есть спрос [5.С.39].

Специалисты ЮНЕСКО полагают: дистанционное обучение призвано обеспечить права каждого человека на равный доступ информации, образования и сделать возможным для каждого человека в любом месте изучение программы любого колледжа или университета. В докладе руководителя сектора дистанционного образования ЮНЕСКО Луиса Роселло обозначены основные задачи в сфере развития дистанционного образования на первые десятилетия XXI века. К ним отнесены «...осуществление перехода от ограниченной концепции физического перемещения студентов из страны в страну к концепции мобильных идей, знаний и обучения с целью распределения знаний посредством обмена образовательными ресурсами между странами» [4.С.98].

С нашей точки зрения, дистанционное образование – вещь очень удобная и полезная. Но основное образование таким способом мы советуем получать только в том случае, если по каким-то причинам (пространственным, временным или денежным) вам недоступен традиционный вариант обучения. А вот в дальнейшем предпочтение вполне можно отдать дистанционным формам. Они очень эффективны в сфере дополнительного образования или повышения квалификации, потому что обучаемый уже получил азы профессии и многое знает из очной формы обучения [6.С.100].

Наше мнение по этому поводу подтверждает тот факт, что сегодня в России основной спрос на дистанционную форму обучения сосредоточен все-таки в регионах. Ведь именно там не хватает образовательных учреждений, соответствующих столичному или международному уровню. То есть, при прочих равных, традиционное образование пока выигрывает.

По результатам нашего исследования можно сделать вывод о том, что дистанционное обучение представляет собой особые условия для развития личности, которые требуют специальных усилий по преодолению дефицита взаимодействия между субъектами обучения. В качестве примеров таких специальных усилий можно назвать психологическое сопровождение процесса дистанционного обучения, в том числе в рамках виртуальной психологической службы, использование активных методов обучения, разработку приемов и способов личностной коммуникации в условиях общения, опосредованного информационными технологиями [6.С.99].

Дистанционное образование будет развиваться и дальше, постепенно преодолевая все существующие на данный момент противоречия и сложности. Мнения известных экспертов и экспериментальные практические результаты внедрения технологий дистанционного обучения в традиционный учебный процесс подтверждают предположение о том, что существующие формы получения образования стремятся к некоторой идеальной гуманистической, универсальной форме, созвучной современному дистанционному образованию.

Список использованных источников и литературы

1. Вершинина Т.С. Дистанционное образование и инновационные технологии как условие повышения качества образования // *Современные проблемы науки и образования* – 2012. – № 4. – С.24 – 27.
2. Савенкова Т.С. Дистанционное обучение и образование // *Инновационное развитие экономики* – 2012. – № 8. – С.190 – 195.
3. Кроль В.М. Дистанционное образование: психолого-педагогические основания // *Высшее образование в России* – 2012. – № 8. – С.93 – 95.
4. Кармановский А.В. Формирование готовности личности к непрерывному образованию в условиях дистанционного обучения // *Вестник Университета Российской академии образования* – 2011. – № 1. – С.98 – 101.
5. Зелепухин А.В. Дистанционное образование глазами современного студенчества // *Среднерусский вестник общественных наук* – 2011. – № 3. – С.37 – 40.
6. Диденко А.В. E-LEARNING и дистанционное образование в России и за рубежом: проблемы и пути решения // *Филологические науки. Вопросы теории и практики* – 2012. – № 4. – С.46 – 50.
7. Лобанов Ю.И. Самообразование в открытой сетевой информационной среде // *Высшее образование в России* – 2012. – № 8. – С.99 – 103.

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Литвинова Е.Г., аспирант
филиал РГСУ г. Нефтеюганск

В середине XVII в. вышли в свет сочинения Т. Гоббса «Элементы законов, естественных и политических», «О гражданине» о государстве и власти («Левиафан»), в Европе возникла идея гражданского общества, которая и стала одной из центральных социально-политических идей Нового времени. Возникающая теория гражданского общества обнаруживала свою многомерность; каждая из существующих концепций гражданского общества охватывает сложный комплекс проблем, включает открытия крупнейших политических мыслителей. Такие теории лучше всего познаются в становлении, в их историческом движении.

Вместе с традиционной оппозицией естественного общества (*societas naturalis*) обществу как совокупности его членов, сограждан (*societas civilis*) натуралистическая школа политической мысли, к которой принадлежал Гоббс, установила и оппозицию двух разных состояний, или статусов – естественного и цивилизованного. В рамках этой оппозиции сложилось и противопоставление природы государству, а вместе с ним модель происхождения государства из природного состояния. Возникло и само понятие статуса государства или государства как нового политического статуса. Доминирующей проблемой становления новой концепции общества стал переход от естественно-природного к общественно-политическому его обоснованию, что привело к осмыслению естества человека и самой «естественности» как двух начал, – природного и общественного. Законы общества, государство и его политика должны были стать естественными, естественным же началом общества и жизни человека представлялась цивилизованность.

Концепции гражданского общества формировались как сложные политические, социальные и этические учения об общественном развитии, о переходе социума и человека от одного качественного состояния к другому: от природного – к цивилизованному, от неполитического, догосударственного – к

политическому, государственному, от хаоса всеобщей взаимной борьбы – к порядку и гражданским отношениям. Теоретическим шагом, стала концепция становления нового человека, перехода от деспотии к демократии, от феодального общества – к буржуазному и к формированию личности нового типа, а также её иных отношений с коллективными основами жизни общества; вопрос о том, что естественно для человека и общества, стал одним из ведущих в политической мысли, особенно в критические, переходные периоды истории общества.

Естественность природы, вытесненная естественностью цивилизованности и государства, общей власти, которая только и может обеспечить человеку фундаментальные блага – мир, свободу, собственность, безопасность – тема, сохранившая свой смысл вплоть до Канта. Условием естественности такого рода было признано гражданское общество. Для Гоббса и Локка гражданское общество цивилизовано потому, что это непосредственно политическое общество; для Руссо оно еще не политическое: политическим оно становится лишь на основе равноправного общественного договора с властью, и только тогда, на такой договорной основе сочетания гражданских и политических отношений оказывается новым, возрожденным естественным состоянием подлинной цивилизации; сформированная таким образом государственность (абсолютистская у Гоббса и правовая у Локка), способна обуздать инстинкты, гарантировать общественный порядок.

Позднее Гегель исходил из того, что отношения общества и власти двусторонни, это политические отношения. Чтобы стать цивилизованным, общество должно вступить именно в такие отношения с властью. Но они суть цивилизованные отношения. Тогда и государство, вступившее в двуединые – политические и цивилизованные, – отношения с обществом, должно цивилизоваться и составить одно целое с гражданским обществом. Отделив природу и природное в человеке от его гражданского состояния и от государства, Гегель сконцентрировал акценты проблемы отношений власти и общества на государстве. Государству он передал и индивидуальное, и нравственное, и всеобщность политического, духовного и материального, всех начал, которым подчинены гражданское общество и человек. Гражданское общество, по Гегелю, оказывается подчиненным государству. Переход от гражданского общества к государству происходит, когда отдельные части общества объединяются в органическую целостность, т. е. в государство. Если государство соединяется с гражданским обществом, этим и достигается высшая цель, ради которой люди объединены.

Тезис о примате государства был достаточно двойственен. Концентрация всей власти государством – власти политической, нравственной и духовной – способна вести и к диктатуре-деспотии, к авторитарному правлению (олигархии), в отличие от демократической договорности власти и общества в концепции Руссо. Не находил ответа и вопрос о возможности гражданского общества под господством всеобъемлющего и всеохватывающего государства, о гармонизации государством конфликтов между классами, управлении справедливостью, об оппозиции государства и общества. К.Маркс интерпретировал процесс образования гражданского общества не как обращение его к власти и договор с ней, а как освобождение от государства. Это явствует из описания гражданского состояния и «политического государства» в ранних работах («К критике гегелевской философии права», «Нищета философии», «Немецкая идеология», «Предисловие к критике политической экономии» и др.): государство препятствует свободному развитию общества, его разделению на независимых индивидов, сознающих себя свободными и равными перед государством, живущих вне его материальной жизнью гражданского общества.

К. Маркс исходил из того, что в реальном обществе неизбежно разделение на политическое общество-государство и гражданское общество, которое является, по существу, буржуазным (неразличимость, слитность понятий «буржуа» и «гражданин» (Bürger), «буржуазный» и «гражданский» (bürgerlich) прекрасно отвечает действительности того времени: «экономический» и «цивилизованный» прежде, чем «политический» и «государственный»). Политическим же обществом оказывается реально включенная в политику часть общественного целого, формирующая власть и её аппарат и участвующая в управлении, в отличие от гражданского общества. Различие между этими двумя обществами акцентировала смена эпох – переход от феодального общества к буржуазному и к «государственному формализму» гражданского общества. Естественное, природное становится у него экономическим, включающим борьбу людей и классов, и потому требующим новой цивилизации и новой политики, нового – «политического государства» (Маркс называл «политическим» государство, стремясь выделить его политические функции, в отличие от других – экономических, правовых, культурных и т.п. В этом смысле понятие «политическое государство» ближе к понятию «политическое общество», чем просто «государство») и новых отношений с ним. Договорные отношения государства и общества, которые Гегель отверг в пользу государства, Маркс отверг в пользу общества. Непосредственно общественный характер экономических отношений создавал новую основу и отношений гражданских, а вместе с тем и иные отношения общества и государства: не государство, не политическая надстройка в терминах марксистской концепции подчиняет общество, а общество с его базисными экономическими структурами подчиняет и определяет государство. Сохраняется их оппозиция, и отсюда мысль Маркса о грядущем исчезновении государства и политики, – политика «растворится» в реорганизованном гражданском обществе.

К. Маркс писал о зависимости государственной власти от классовой, это более точное определение зависимости государства от общества. Зависимость государства от пролетариата после социалистической революции – лишь переходная форма, ведущая к его исчезновению вместе с исчезновением самого пролетариата, классов и с образованием непосредственно политического гражданского общества. Исчезновение государства вернет общество, согласно Марксу, к античному состоянию ассоциированных, без внешней власти, граждан. Однако практика говорила об ином: новый этап наступил, когда государство стало поглощать общество, когда «пролетарскому» государству кроме политической власти была передана и власть экономическая. Возникло монопольное государственное владение общественной собственностью. Если анатомию гражданского общества следует искать в политической экономии, как писал Маркс в «Предисловии к критике политической экономии», то гражданское общество или общество, которое могло стать гражданским, лишенное этой анатомии, стать им уже и не могло, не имея необходимой естественности экономических отношений, естественности интересов, деятельности, которая обуславливает ассоциацию граждан, их цивилизацию. Такое общество не может и противостоять государству. Маркс мог бы предвидеть самодовлеющий характер «пролетарского» государства, ставшего не только политическим, но и экономическим, когда базис и надстройка более не разделены, как в буржуазном обществе. Иначе говоря, государство не исчезает, поглощает общество. Этатизм в послевоенные годы стал предметом острой критики в адрес догматического марксизма. Но критика эта не была услышана. Ложная, исполнительная и ритуальная политизация не превращала общество в политическое со свободным и активным демократическим участием человека в политике. Лишенные экономической свободы и самостоятельности, люди теряли и экономическую основу гражданских отношений.

Понятие «гражданское общество», отличное от понятий государства, семьи, племени, нации, религиозной и других общностей, явилось предметом анализа в XVIII-XIX веках; в «Философии права» Гегеля, определившего гражданское общество как связь (общение) лиц через систему потребностей и разделение труда; правосудие (правовые учреждения и правопорядок), внешний порядок (полицию и корпорации), отмечено, что правовыми основами гражданского общества являются равенство людей как субъектов права, их юридическая свобода, индивидуальная частная собственность, незыблемость договоров, охрана права от нарушений, а также упорядоченное законодательство и авторитетный суд. Выводы о самостоятельности гражданского общества как сферы частных интересов по отношению к государству (воплощению публичного интереса), о зависимости общественного строя от разделения труда и форм собственности, сделанные Гегелем в «Философии права», явились предпосылкой концептуализации идеи гражданского общества, именно в процессе этой концептуализации формировались представления о гражданском обществе не только как о сумме индивидов, но и как о системе их связей через экономические, правовые и другие отношения, об отделении государства от социальных структур, обособлении его как относительно самостоятельной сферы общественной жизни и одновременно «разгосударствлении» ряда общественных отношений. В процессе становления и развития гражданского общества складывались современное право и государство. Выражение «гражданское общество» возникло в XVIII в., когда отношение собственности уже высвободилось из античной и средневековой общности... – писали Маркс и Энгельс, – Благодаря высвобождению частной собственности из общности (Gemeinwesen), государство приобрело самостоятельное существование наряду с гражданским обществом и вне его.

В едином процессе формирования гражданского общества можно выделить несколько этапов: на начальном этапе (XVI-XVII вв.) формировались экономические, политические и идеологические предпосылки гражданского общества: развитие промышленности и торговли, специализация видов производства и углубленное разделение труда, развитие товарно-денежных отношений, возникали централизованные национальные государства, обладавшие рядом признаков современных государств (суверенитет, государственная казна, профессиональный управленческий аппарат и др.), шло оформление в «теорию естественного права» основных общих идей, связанных с представлениями о гражданском обществе как о социально-политическом идеале.

Второй этап наступил в конце XVII века, в наиболее развитых странах сформировалось гражданское общество в виде первоначального капитализма, основанного на частном предпринимательстве

Началом третьего этапа развития гражданского общества можно считать рубеж XIX-XX веков. К этому времени ведущее место в промышленности и торговле перешло от частных предпринимателей и торговцев к индустриальным, торговым и финансовым корпорациям.

Субстанциальным носителем гражданских функций в гражданском обществе является гражданин; в этом понятии отражена социальная роль правоспособной личности, занимающей позицию медиатора между сторонами бинарной оппозиции «государство – гражданское общество». Обладая свободами, правами и обязанностями, моральным, правовым и политическим сознанием, гражданин несет ответственность за свои поступки, как перед гражданами, так и перед государством и его законами. Статус гражданина позволяет самосознанию отдельной личности возвыситься с уровня частного лица до уровня «государственного человека»

Гражданское общество при этом интерпретируется как многомерная, самоорганизующаяся система естественно складывающихся социальных отношений между индивидами, где каждый выступает не как поданный государства, но как частное лицо, имеющее свои особенные, отличающиеся от общегосударственных, жизненные цели. К гражданским отношениям относятся семейно-родственные, воспитательно-образовательные, религиозные, нравственные, товарно-денежные и др. взаимозависимости, связывающие людей потребностями материального и ДУХОВНОГО характера. В формально-структурном аспекте гражданское общество представляет собой совокупность добровольных объединений, союзов, организаций, позволяющих индивидам общаться на почве сходных духовно-практических интересов. Оно предлагает множество форм социальной кооперации, поощряет различные проявления человеческой солидарности.

Гражданское общество – позднее историческое образование, характерное для западной правовой цивилизации Нового времени. Его возникновение предполагало два главных условия – переход традиционного феодального общества в индустриальную фазу развития и появление массовых генераций эмансипированных граждан, сознающих неотъемлемость своих естественных прав.

Проводя в жизнь идущие «снизу» социальные инициативы, гражданское общество обеспечивает процессы саморегуляции внутри цивилизационной системы. Оно дополняет вертикальные властные отношения, утверждаемые государством, горизонтальными отношениями, функционирующими на основе принципа саморегуляции. Государство и личность, кажущиеся поначалу несопоставимыми социальными величинами, при наличии развитого гражданского общества обретают ценностную равновеликость. Не поощряя ни этактистский произвол, ни правовой нигилизм индивидов, гражданское общество способствует укреплению социального порядка, сообщает ему такое качество, как цивилизованность.

Гражданское общество не только исповедует философию частной жизни, но и активно формирует правосознание личности, ее правовую культуру. Помогая гражданину осознавать свою значимость, развивая сознание собственного достоинства, оно культивирует психологию самоценных субъектов, способных активно влиять на жизнь государства. Гражданин, сознающий ценность собственной личности, находит для своей потребности в сохранении личной автономии юридическое выражение в идее гражданских свобод и естественных прав человека на социальное самоопределение. Параллельно он способен предпринимать практические усилия по созданию специальных средств для проведения этой идеи в жизнь – парламента, демократических партий, свободной печати и т. д. Через них у индивида как частного лица, представляющего отдельные корпорации гражданского общества, появляется возможность играть роль и выполнять функции гражданина воздействовать на государство, ограничивая при необходимости его властные прерогативы, принимая решение участвовать в практике налаживания и совершенствования консенсуально-конструктивных отношений между гражданским обществом и государством.

К гражданскому обществу применимо понятие морально-правового консенсуса (от латинского consensus – согласованность); это особый тип социального противоречия, предполагающий готовность сторон к взаимосогласованию позиций, к компромиссам и конвенциям.

Субъекты консенсуального отношения, преследуя свои цели и отстаивая собственные интересы, вместе с тем не отказываются выполнить определенные обязательства друг перед другом, которые могут носить как сугубо юридический, так и моральный характер. Это позволяет им строить отношения в русле критериев цивилизованности и тем самым поддерживать правопорядок в гражданском обществе.

Инициатива Консенсуса в условиях конкретного морально-правового противоречия может исходить как извне, от цивилизационной системы, ее правовых норм и этических императивов, так и изнутри, от самих субъектов, из сфер их прагматических и моральных мотиваций.

Субъектами морально-правового консенсуса в гражданском обществе способны выступать отдельные индивиды, разнообразные социальные группы, а также большие общности людей, институты государства.

В среде западных аналитиков концепция гражданского общества была возрождена около двадцати лет назад в связи с неомарксистской критикой социалистического авторитаризма; предприняв на концептуальном уровне подобный шаг, они заменили на обратное одно из самых фундаментальных представлений Маркса и стали, таким образом, «постмарксистами». Работы Колаковского, Млынаржа, Вайды и Михника на Востоке, Хабермаса, Лефора (Lefort), Боббио, Уэффорта, Кардозо и О'Доннелла, – восходили к традициям западного или неомарксистского дискурса: знание Гегеля, молодого Маркса и Грамши представляло готовые связующие звенья, позволяющие перейти к использованию концепции гражданского общества и дихотомии «государство – общество», являвшихся почти общепринятыми в XIX в. и исчезнувших в социальной и политической науке и философии XX в.

На предыдущем этапе задача западного марксизма состояла в том, чтобы углубить марксистскую социальную философию, вернувшись к философским корням, и выявить сопряжения регегельянизируемого Маркса с некоторыми весьма специфичными работами в немарксистской философии – и в частности, с Вебером, Зиммелем, Кроче. Вышли на передний план такие концептуальные категории, как отчуждение, фетишизм, овеществление, рационализация, подавление, практика, аналогичным было и возрождение концепции гражданского общества: наличие категории

гражданского общества у молодого Маркса оправдывало критический пересмотр и освоение идеи еще одного ряда немарксистских мыслителей от Токвиля до Ханны Арентс. В концептуальной стратегии обращения к гражданскому обществу во всех случаях речь шла о том, чтобы и молодого Маркса перевернуть с ног на голову, с тем, чтобы вновь развернуть концепцию, способную самокритично зафиксировать на самой ранней стадии тот авторитарный поворот в своей собственной традиции, который послужил изначальным, *ab ovo*, звеном связи ее с государственным социализмом, с «коммунистической» политикой. Требование молодого Маркса, чтобы разделение и разграничение государства и гражданского общества было преодолено, понято было теперь как исходная точка и оправдание марксистского огосударствления всех аспектов социальной реальности.

Интерес к концепции гражданского общества в среде аналитиков Запада уже в 70-е годы XX века может быть объяснен тем, что в этой концепции, по мнению А. Арато, председателя комитета по исследованию проблем демократии при Новой школе социальных исследований в Нью-Йорке, сотрудника Центрально-Европейского университета политических наук, предвосхищалось, с чем она сливалась и что делала объектом интеллектуализации, – благодаря новой радикально-реформистской или же эволюционной – словом, двоякой стратегии, направленной на преобразование диктатур, – сначала на Востоке, а вскоре после того в Латинской Америке, – на основе идеи самоорганизации общества, воссоздания общественных связей вне рамок авторитарного государства, а также апелляции к независимой публичной сфере, минуя официальную, контролируемую государством или партией коммуникацию. Используемая в таком духе, концепция гражданского общества стала общим ориентиром сначала в Польше, во Франции, затем в Бразилии, после чего развернулась дискуссия вслед за первыми успехами «Солидарности» и движения «*abertura*» «демократического прорыва».

На протяжении 80-х годов дальнейшее концептуальное развитие совпало с формированием политических стратегий в Венгрии, Чехословакии, Югославии, России, Чили, Аргентине и Мексике. Как охваченные, так и не охваченные этим процессом в ходе его развертывания все больше прибегали к различным вариантам концепции гражданского общества для интерпретации ранее свершившихся переходных процессов (в особенности в Испании и Греции), а также успешной стабилизации авторитарных систем (прежде всего в Китае). В некоторых странах, где переходный процесс был успешным и где стратегия мысли действительно приобрела политическую роль, концепция гражданского общества превратилась в штамп. Это особенно справедливо для Венгрии. Наконец, во многих западных странах с устойчивым гражданским обществом ныне развернулась самая широкая дискуссия, в которой внимание сосредоточено на отыскании новых направлений (*loci*) потенциальной демократизации реально существующих демократий. Подобную возможность давно предвидели теоретики Хабермас, Лэфор, Боббио, Коэн.

В исследовании 1992 года «Гражданское общество и политическая теория» А. Арато дает отличную от российских аналитических версий концептуальную трактовку понятия гражданского общества. Автор полагает необходимым концептуально отличить неформальные социальные связи (*networks*), солидарные сообщества и взаимоотношения от более формализованных и институционализированных структур гражданского общества. Но самоорганизующиеся движения, инициативы, ассоциации, а также сообщества публичной сферы, приводящие социальное в движение, тоже, в свою очередь, отличны как от латентных связей – носителей автономии общества, так и от институционализованного гражданского общества, каким мы его знаем на Западе. Вместо единого понятия приходится выработать три, а затем и увязать их между собой. А. Арато различает гражданское общество как движение и как институт: первое – как своего рода учредительное гражданское общество, которым создается второй – учреждаемая, институционализируемая его версия. Однако временное соотношение между формами, считает он, не является вполне самоочевидным. Некоторые формы институционализации допускают возникновение движений и инициатив, которые могут быть, а могут и не быть нацелены на очередной институциональный прорыв – разница, которая схватывается проводимым нами различием между революцией и гражданским неповиновением. Гражданское неповиновение, соединенное с общественными движениями или инициативами, представляет внешние пределы коллективных действий внутри гражданского общества и отличается от гражданского общества, организованного как движение.

А. Арато считает: для проведения различия между гражданским обществом как движением и как институтом требуется ввести похожее на дюркгеймовское понятие «социального», или на тот род системы связей (*networks*), который предполагается и выстраивается в литературе последних лет по социальным движениям. Но в то время как связь между движениями и «социальным» подробно исследуется в этой литературе, у нас нет еще достаточно развитой социологии права и прав, которая делала бы то же самое в отношении «социального» и институционализованного гражданского общества; кроме того, считает А. Арато, на уровне политики опыт совершившихся переходных процессов в странах с наиболее активными общественными движениями и инициативами научил нас тому, что одно только гражданское общество ни в рамках стратегии самоограничения, ни даже на путях революционной стратегии само по себе не может осуществлять смену режимов.

Во всех современных революциях в ходе физической борьбы за власть действие оказывается сосредоточено в руках элит, которые настроены или, как правило, становятся настроены враждебно по

отношению к самоорганизации снизу; в ходе послереволюционных переходных процессов (революций против Революции, которые не являются контрреволюциями) имеет место смещение действия на уровень политических элит, контр-элит или политических партий. Только они могут выполнять стратегические задачи ведения переговоров, заключения сделок и разработки соглашений с элитами, обладающими властью в прежних режимах. Как показывает разработанная Адамом Пшеворским игровая теоретическая модель (для четырех акторов), гражданское общество может рассматриваться как один из акторов в ходе такого процесса; но для политических элит, а также как предполагается, и для успеха переговоров важно, чтобы гражданское общество было демобилизовано на пути к соглашению, ведущему к демократическим выборам.

А. Арато различает гражданское и политическое общество (имевшееся уже у Токвиля), чтобы иметь дело с двумя уровнями жизни общества, задействованными в процессах перехода и в демократических обществах вообще. В отличие от большей части литературы по процессам перехода, А. Арато считает, что смещение от гражданского общества к политическому в процессе смены режима неизбежно ведет к полной демобилизации и атомизации гражданской сферы. Автор полагает, что стабилизация демократии и ее будущие перспективы демократизации зависят от развития комплексной и обоюдной связи между гражданским и политическим.

Аналогичным образом, считает А. Арато, необходимо различать экономическое общество, выделяемое на основе форм собственности, и чисто экономические ассоциации, отличая то и другое от политического общества, выделяемого на основе избирательного права и политических партий, и от гражданского общества, выделяемого на основе прав в области коммуникации, а также от гражданских ассоциаций и движений. В итоге получается конструкция, которой автор заменил традиционный дуализм государства и общества.

А. Арато полагал, что на методологическом уровне анализа понятий концепцию гражданского общества по-прежнему преследуют смысловые неопределенности. Даже после отграничения его от политического и от экономического общества неясно, что именно в первую очередь несет с собой измерение гражданского общества. Ассоциациям, а также сообществам публичной сферы придают стабильность основные права и свободы (объединения, собраний, слова, печати и частной жизни), они осуществляют свою деятельность в рамках нормативной логики коммуникативной координации действий в хабермасовском смысле. Автор подчеркивает множественность сообществ публичной сферы. Ассоциации не располагают одним и тем же уровнем: различны масштабы, логика, временная и пространственная протяженность и политическая роль неформальных групп, добровольных ассоциаций, экспертных и профессиональных организаций, лоббирующих групп и т.д. Они отличаются от движений, которые различаются между собой по своему собственному уровню организации, по количеству занимающих их проблем, по роли, какую играют в их строении и характере интересов, способ формирования идентичности и потребности в самовыражении, и т.д. Автор считает, что логика коммуникативной координации действий, как она реконструирована Хабермасом, в принципе разрешила проблему применительно к гражданскому обществу, однако при обращении к пятичастной модели возникают новые трудности. Могут ли, например, политическое и экономическое общество, их соответственно парламенты и правления исключить свободную коммуникацию? Могут ли ассоциации гражданского общества исключить деньги и власть? Первенствующее значение коммуникативной координации действий в обширном ряду институтов представляет основание для единства категории гражданского общества.

А. Арато в работе «Гражданское общество и политическая теория» исходит из того, что единство гражданского общества явно лишь с нормативной точки зрения. Очевидно, что существуют многие ассоциации гражданского общества, где деньги и власть составляют действительную подоплеку; существуют и политические партии, которые ведут себя как общественные движения и стремятся воплотить антибюрократическую логику, логику прямой демократии. В этом последнем случае создающиеся осложнения выявляются соображениями, развиваемыми с функциональной точки зрения, с эмпирическими прогнозами (михельсовский железный закон олигархии). Так если институты политического общества не отдифференцированы как таковые с самого начала, они либо потерпят провал, либо в конце концов трансформируют себя в стратегически оправданном направлении. Подобные соображения неприменимы к области гражданского общества, хотя, конечно, за определенным порогом «колонизация жизненного мира» также могла бы приводить к распаду социальной интеграции. В этом контексте все, что у нас остается, – это нормативный, критический критерий.

А. Арато писал, что и на уровне нормативной теории есть проблемы с концепцией гражданского общества. О концепции, соединяющей либеральные и демократические категории – категории прав и участия, можно спросить: что она добавляет к либерализму и к теории демократии? Подобную проблему выдвигает и явное размывание дифференцированности либерально-демократической и республиканской перспектив, которые содержит в себе центральная категория публичной сферы.

Позиция А. Арато встретила в литературе по гражданскому обществу неприятие, – такова, к примеру, позиция С.П. Перегудова. Автор исходит из того, что А. Арато членит общество на три основные сферы, или подсистемы – гражданское общество, политическое общество и общество

экономическое. Он прямо противопоставляет это свое членение «традиционному дуализму государства и общества», восходящему к Гегелю.

В аналитическом плане предложенная автором градация, бесспорно, имеет свой резон, ибо общественный организм как целостное образование отличается исключительной сложностью и многоплановостью. Неудивительно, что и само гражданское общество А. Арато рассматривает одновременно и как движение, и как институт и, кроме того, пишет о «социальном» в дюркгеймовском смысле. К «институционализированному гражданскому обществу» он относит, прежде всего, различного рода ассоциации и объединения непартийного характера (организации, которые современная политология относит к категории «групп по интересам»). Притом к гражданскому обществу, согласно его интерпретации, вообще принадлежат лишь сугубо добровольные объединения и инициативы граждан, основной формой активности которых является коллективное действие.

Мы считаем, что справедливо утверждение С.П. Перегудова: отделить «гражданское» и «экономическое» от политического – задача крайне непростая. Что представляют собой в этом плане объединения и ассоциации, которые А. Арато относит к гражданской, или «неполитической» сфере? В той мере, в какой эти организации и движения выступают за изменения в общественно-политической жизни, либо находятся в прямом взаимодействии с государством, они функционируют, прежде всего, как *политические* образования.

С другой стороны, если попытаться взглянуть на организации и институты, которые А. Арато относит к «экономическому» и «политическому» обществу, то и здесь обнаруживается отсутствие четких граней, отделяющих их от институтов общества «гражданского» (в интерпретации Арато), и, наоборот, есть ряд существенных черт, роднящих их. Как известно, наиболее весомой и влиятельной частью экономических структур современного общества является крупная корпорация, которая, по признанию аналитиков, относится к категории групп по интересам (их «институциональной» разновидности). Будучи по преимуществу экономическим институтом, корпорация является одновременно институтом социальным и политическим. В этих своих качествах она представляет не только владельцев (акционеров) и менеджмент, но в той или иной степени наемный персонал. Поэтому, когда она вступает в те или иные отношения с государством (а эти отношения, как правило – политические), она также функционирует согласно логике «коллективного действия» (речь в данном случае идет о корпорации, действующей в демократическом обществе).

С.П. Перегудов считает, что в ситуации, сложившейся в странах Восточной Европы или нынешней России, где идет лишь процесс становления полноценных рыночных структур, было бы абсолютно неправомерно причислять существующие здесь экономические структуры к институтам гражданского общества, ведь и самого гражданского общества здесь нет. Что касается общества «политического», А. Арато относит к этой категории, прежде всего, политические партии, с их принципиальными отличиями от ассоциаций и инициатив, которыми он ограничивает институциональную структуру гражданского общества. Такое отличие, прежде всего, в том, что, если партии являются политическими организациями в полном смысле этого слова, то группы по интересам (в целом) и большинство «самодельных» ассоциаций функционируют в качестве политических лишь в случае, когда они либо решают задачи чисто политического плана, либо вступают в то или иное взаимодействие с государством, либо совмещают оба эти аспекта своей деятельности. Они имеют политическое измерение, но, за исключением некоторых из них, чисто политическими не являются.

Есть и другое принципиальное отличие: если партии в качестве своей главной цели ставят борьбу за власть, то группы по интересам ограничиваются, как правило, давлением на власть и государство ради того, чтобы добиться тех или иных изменений или уступок с их стороны. С.П. Перегудов говорит о такой специфической черте партий, как их «двухэтажность». Одна их часть функционирует на уровне общества (т.н. массовые партии), а другая – на уровне государства (парламентские фракции и, если партия находится у власти – формируемое ею правительство). Разумеется, здесь имеются в виду партии демократические, ибо партии тоталитарные основываются на совершенно иных принципах и государственную функцию в них выполняют не парламентские фракции, а аппаратная часть «массовых партий», причем эти последние оказываются в действительности лишены каких-либо политических функций и выполняют роль «опоры» и «проводника» политической воли аппарата и его верхушки; эта «двухэтажность» политических партий означает, что та их часть, которая действует на уровне общества, относительно самостоятельна и выполняет не государственные, а общественные функции. Как и группы по интересам, она синтезирует идеи, возникающие в рамках гражданского общества, но передает их «наверх» не непосредственно, путем давления на власть, а опосредованно, с помощью выборов. По сути дела это два канала взаимодействия общества и государства, однако эта «двухканальность» не может служить поводом или причиной разведения их по разным частям единого общественного организма; этот единый общественный организм и есть гражданское общество, которое, имея довольно сложный состав, в то же время функционирует как цельная структура, взаимодействующая с государством и как с институтом, и как с олицетворением порядка и правовой культуры.

У Арато гражданское общество – феномен, призванный способствовать «самоорганизации общества», восстановлению социальных связей вне рамок официального государства, апелляции к публичной сфере, минуя всякую официальную, контролируемую государством или партией систему коммуникаций. А. Арато отмечает: гражданское общество было ориентировано в основном на движения, затем к этому добавилась «институциональная» составляющая, нацеленная, как и движения, на трансформацию. А. Арато отмечает и роль партий в этом процессе, но они остаются в его интерпретации вне гражданского общества.

Кроме того, членение демократического общества на «гражданское», «экономическое» и «политическое» серьезно затрудняет изучение такого ключевого звена общественных отношений в современном мире, как отношения между обществом и государством. Именно сфера этих отношений составляет «ядро» политических систем, именно здесь реализуются, или не реализуются, принципы демократии, именно здесь формируется общая социально-экономическая и политическая стратегия на национальном и иных уровнях, а также осуществляется реальный управленческий процесс. Поэтому попытки сузить параметры гражданского общества, «деполитизировать» его могут лишь привести к противопоставлению «политического» и «гражданского» и тем самым – к недооценке политического действия как важнейшего элемента демократического процесса и демократии вообще.

«ТРАНСРЫНОЧНАЯ» ЦИВИЛИЗАЦИЯ И ПРОБЛЕМА ВЛАСТИ

Литвинова Е.Г., аспирант; Сайфутдинов Р.А., студент
филиал РГСУ г. Нефтеюганск

Этот процесс осуществляется в условиях, иных по сравнению с условиями существования экономической системы «второй волны». Сегодня средства коммуникации перестраивают мировой рынок, транснациональное производство становится возможным и необходимым, возникает глобальная электронная банковская сеть, и корпорации, обслуживающие мир «второй волны», адекватны времени. Прежние корпорации создавались в расчете на массовое общество, но сегодня активно идет процесс демассифицирования. О. Тоффлером описан процесс так называемой «сегментации рынка», он происходит в условиях, когда не только информация, производство, семейная жизнь, но и сам рынок, включая рынок рабочей силы, начинает дробиться на мелкие, более разнообразные части. Массовый рынок распался на все умножающуюся, изменяющуюся систему мини-рынков, которые нуждаются в непрерывно расширяющемся диапазоне сделок.

Группы, которые в период «второй волны» боролись за то, чтобы быть «интегрированными», «ассимилированными» в массовое общество, ныне уже не желают быть растворенными в общей массе, подчеркивают свою уникальность. В условиях становления постиндустриальной цивилизации ожидания общества, писал О. Тоффлер, сопряжены с тем, что сегодня в корпорации хотят видеть совершенно новый вид социального института, – института, ответственного не просто за получение прибыли или производства продукции, но еще и способствующего решению чрезвычайно сложных экологических, моральных, политических, расовых, и социальных проблем, корпорация, по сути, превращается в многоцелевой институт. Идут активные процессы переосмысления роли и функций корпораций, эти процессы обусловлены революционными изменениями в условиях производства. Это изменение в расстановке социальных сил, в роли информации, в организации государственного управления.

Радикально меняется инфосфера. Методы производства «третьей волны» усиливают потребность корпораций в информации (как в сырье). Фирма принимает информацию, перерабатывает ее и распространяет все более многообразными путями. Корпорации же оказывают на информационную среду такое же влияние, как и на физическую и социальную среду.

Меняется политика, сфера власти и управление: диверсификация общества и ускорение изменений отражаются в усложнении правительственного аппарата. Дифференциация общества отражается в дифференциации правительственного аппарата, и корпорации должны взаимодействовать со специализированными звеньями постоянно реорганизуемого аппарата. Корпорации оказываются вовлеченными в местную, региональную, национальную, транснациональную политику.

Цивилизацию, создаваемую «третьей волной», О. Тоффлер «трансырыночной». Цивилизация «второй волны» завершила создание всемирного рынка как механизма обмена и маркетизировала мир. Рынок, однако, – это просто экономическая структура, способ организации людей и образ их мышления. Рынок породил представление о прогрессивности рыночной интеграции, породил взгляд на общество, как на целостность, связанную «социальным конструктором». «Трансырыночная» цивилизация также будет зависеть от рынка, но она будет лишена необходимости его строить, расширять, усложнять. И те силы, что ранее человек направлял на создание рынка, он направит на другое, на иные социальные институты. В работе 1990 года «Смещение власти. Знание, богатство и принуждение на пороге XXI века», явившееся завершающей частью трилогии, О. Тоффлер выдвигает тезис о том, что человечество вступило в эру смещения власти, когда постепенно распадаются все существовавшие в мире властные структуры и задаются принципиально новые. Анализ динамики развития общества позволяет ожидать, что общество станет свидетелем фундаментальных сдвигов в соотношении социальных сил, в структуре власти в

философском смысле, происходит нечто гораздо более глубокое, чем перераспределение власти, изменения затрагивают не просто структуру власти, но и ее основания.

Факторы социальной власти, считает О. Тоффлер, можно свести к трем основным: насилие, богатство и знание. Государство неизменно основывается либо непосредственно на насилии, либо на угрозе насилия; в обществе управления людьми осуществляется, опосредуя богатством как источником социальной силы и власти; политические деятели для управления обществом всегда использовали знание, информацию, в том числе преобразованную в пропаганду. Сегодня речь идет об изменении соотношения источников власти в обществе в пользу знания; суть качественного сдвига не столько в абсолютном или относительном возрастании значения последнего за счет других источников власти. Сегодня значение становится непосредственным источником и силы и богатства, и власти. Насилие на государственном уровне становится как бы информатизированным, одним из факторов власти, насилие, начинает впрямую зависеть от другого – информации, знания.

ПРАВО И ЕГО РОЛЬ В ЦИВИЛИЗАЦИИ И КУЛЬТУРЕ

Лоншакова С.А., к.ю.н., доцент

филиал РГСУ г.Нефтеюганск

Выражая нормативный аспект социального бытия, представляя соционормативную сферу вместе с другими системами регуляции общественных отношений, право играет специфическую роль в масштабах человеческой цивилизации и культуры, на которую, к сожалению, редко обращают внимание ученые; речь идет об опосредствующих и интегративных функциях права в отношении культуры. Оно способно соединять в себе и согласовывать в рамках данного общества политические и этические, культурные элементы. Через право, если оно не подверглось каким-либо деформациям, политика может становиться моральной, открытой для нравственного прогресса.

Любая недоформированная социальная структура обретает устойчивость, равновесие и способность к самоорганизации не иначе, как на основе нормы (или системы норм), которые она сама для себя вырабатывает объективно всем ходом своего развития. Проблема отношения права (юридической нормы) к этой имманентной норме саморазвивающегося – саморегулирующегося, самоорганизующегося – процесса, которая до сих пор, по-видимому, мало беспокоила юридическую науку, становится теперь для нее одной из главных и жизненно важных. От ее теоретического решения и соответствующих практических выводов зависит, какое место займет право в широко самоуправляющемся обществе, как совместится оно с ценностью свободы личности, коллективов, общества.

Смысл новой стратегии – юридическое обеспечение саморазвития социальных процессов – обязывает право как государственно-властный регулятор быть высокочувствительным к внутренней природе и имманентной нормативности регулируемых им объектов, воспринимать внутренние императивы развития общественных отношений и структур, действовать не вопреки, а в соответствии с ними. Тогда это будут не придуманные, не сочиняемые нормы, а взятые из жизни, юридически оформленные и возвращенные снова в общественную жизнь. Право как государственно-властный регулятор будет иметь дело с проблемами, которые находятся не внутри саморазвивающегося процесса, а на его границах; во многих случаях оно откажется от непосредственного нажимного вмешательства и методов прямой регламентации социальных отношений, контролируя последние лишь на «входе» и «выходе». На базе разнообразных организационных форм социалистического самоуправления народа и произойдет радикальная демократизация правотворчества, которая предполагает обязательное и поголовное участие в выработке и обсуждении закона лиц, принадлежащих к социальным слоям и группам, чьи интересы этим законом непосредственно затрагиваются.

В будущем рухнет глухая стена, которая разделяет сейчас процессы правотворчества и правоприменения. Рано или поздно придет осознание несправедливости жестокого разграничения в сфере права, когда одни создают законы, а другие их принимают, исполняют. Но здесь важно еще и практическая целесообразность порядка, при котором было бы возможным раннее распознавание имманентной нормы, рождающейся в ходе развития общественного отношения, а первый, кто сталкивается с нею это субъект, применяющий закон. Он и вправе быть инициатором изменений в законодательстве, инкорпорирования в него новой формы. В целом же само правотворчество через разнообразные формы прямой демократии примет характер саморегулятивного процесса в масштабах крупных социальных и региональных групп, всего общества в целом.

Говоря же о праве и политической власти, отметим, что исторически у права и политической власти одна судьба, одни корни. Право, как и власть, исходит от народа, принадлежит ему. Как система отношений, норм, ценностей право регулирует и защищает регулирование людей средствами государственной власти. Связь с властью является для права глубоко существенной. Во всяком случае, мне представляется возможным определить право в терминах власти: под правом демократического общества следует понимать отвечающую народным интересам систему регуляции и защиты свободного поведения людей средствами государственной (политической) власти. Представление о властной

характере функционирования права заслуживает того, чтобы стать одним из ведущих компонентов понимания права.

ВЫПУСКНИКИ И ВОСПИТАННИКИ ДЕТСКИХ ДОМОВ КАК ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Попова А.И. студент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Статья написана в рамках реализации Проекта ГПО ИСР-1202 – Систематизация алгоритмов и технологий решения социальных проблем

Проблема социального сиротства, адаптации и социализации выпускников детских домов остро стоит в России в целом и, в частности, в Томской области. После выхода из детского дома выпускник не в состоянии решить многие проблемы, с которыми ему приходится сталкиваться ежедневно без поддержки взрослого. Только знаний, умений, навыков уже недостаточно для полноценной адаптации в обществе, необходима система взаимодействия, основанная на творческом, интерактивном подходе, ориентированном на личностное самоопределение воспитанников. Федеральный закон «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» свидетельствует о том, что государство не оставляет без внимания этот один из наиболее незащищенных слоев населения. Но, к сожалению, государственной поддержки не всегда достаточно для эффективной помощи выпускникам и воспитанникам детских домов. И закономерным становится процесс появления социально ориентированных общественных организаций, которые дополняют недостающие ресурсы государства. Появление социально ориентированных некоммерческих организаций является показателем формирующегося гражданского общества.

В Томске проблемой социализации и адаптации воспитанников и выпускников детских домов занимаются не только государственные учреждения, но и некоммерческие организации. Здесь можно отметить, что целевая группа некоторых организаций гораздо шире, но включает работу с выпускниками и воспитанниками детских домов.

В ходе проекта ГПО был проведен мониторинг проектов общественных организаций, деятельность которых направлена на помощь детям – сиротам, для полного понимания специфики их деятельности и выявления социальных услуг, которые они оказывают.

Мониторинг показал, что проектная деятельность некоммерческих организаций многообразна и затрагивает различные сферы жизни, несмотря на общую цель их работы. Также мониторинг подтвердил гипотезу о том, что некоторые организации действительно оказывают социальные услуги в рамках проектной деятельности.

Помощь в виде консультаций различных специалистов оказывают несколько организаций, например, Региональная Общественная Благотворительная Организация (ТРОБО) «Подранки» в ходе своего проекта оказывали психологическую, юридическую помощь, помимо этого провели ряд мероприятий для выпускников детских домов. Консультативную помощь также в рамках проекта оказывает Томская региональная общественная организации «Женский голос», предоставляя социально-правовую поддержку молодым семьям и молодым мамам, которые иногда являлись воспитанницами или выпускницами детских домов. Союз воспитанников детских домов и школ-интернатов Томской области в своем проекте «Постинтернатное сопровождение выпускников детских домов г. Томска» также выделяют такое направление как консультирование.

В ходе проекта целевая группа получила консультации юриста, психолога и социального работника. Кроме того в данном проекте можно выделить такие социальные услуги как предоставление адресной помощи и занятия по профориентации. Следующие социальные услуги, которые мы выделили, относятся к сфере культуры и физического воспитания. Этим занимается Союз воспитанников детских домов г. Томска. В проекте данной организации можно выделить несколько социальных услуг, прежде всего, это непосредственное проведение занятий с детьми, которые способствуют развитию культуры поведения и духовному развитию воспитанников. Например, выполнение различных поделок детьми самостоятельно, организация выставки для работ воспитанников, ознакомление детей с этикетом поведения в различных ситуациях и обучение педагогов детских домов. Томский городской «Ротари-клуб» оказывает в рамках проектов такую услугу как организация спортивных мероприятий для целевой группы. Данная организация организовала футбольный турнир, в котором принимали участие, как воспитанники детских домов, так и дети из обычных семей. Помимо этого «Ротари-клуб» организовывал спектакль и поздравление детей из детского дома «Орлиное гнездо» с Новым 2012 годом.

Деятельность вышеперечисленных организаций положительно влияет на воспитанников и выпускников детских домов, дети получают возможность проявить себя, обрести новые знакомства, получить нужную информацию. Все это необходимо для успешной адаптации детей после выпуска из детского дома. Рассмотрев проекты, которые направлены на успешную социализацию и адаптацию выпускников детского дома, можно заметить, что работа с детьми по профориентации начинается уже

после их выпуска. Но такую работу лучше начинать уже в старшей школе, ребятам было бы легче выбрать свой путь, не растеряться за стенами детского дома.

Данные организации зачастую могут оказывать такие услуги только благодаря проектной деятельности, грантам, но становится, очевидно, что эти услуги необходимо оказывать систематически. К сожалению не все некоммерческие организации имеют такую возможность.

Стремительное повышение значения некоммерческой сферы для развития российского общества требует переоценки традиционно сложившегося подхода к ее месту и роли в системе хозяйствования. Становится очевидным факт необходимости обращения внимания государства на проблемы НКО.

Итак, некоммерческие организации вносят свой вклад в работу с выпускниками и воспитанниками детских домов. И так как, проблема общественных организаций состоит в отсутствии постоянного финансирования, а государства – недостаток ресурсов, очевидно, что необходим синтез, плотное взаимодействие этих институтов, для решения острых социальных проблем.

Список использованных источников и литературы

1. Информационный отчет некоммерческой организации Томской области общественной благотворительной организации «Союз воспитанников детских домов г. Томска» о реалии мероприятий в рамках социального проекта «Искусство повседневности» по областному грантовому конкурсу/архив Томского областного общественного фонда «Центр общественного развития».
2. Информационный отчет некоммерческой организации Томская региональная общественная благотворительная организация «Союз воспитанников детских домов и школ-интернатов Томской области» о реализации мероприятий в рамках социального проекта «Постинтернатное сопровождение выпускников детских домов Томской области» по областному грантовому конкурсу/архив Томского областного общественного фонда «Центр общественного развития».
3. Информационный отчет некоммерческой организации общественной организации общественной благотворительной организации «Томский городской «Ротари-Клуб» о реализации мероприятий в рамках социального проекта по направлению «Просвещение и воспитание» по областному грантовому конкурсу/архив Томского областного общественного фонда «Центр общественного развития».
4. Информационный отчет Томской региональной общественной организации «Женский голос» о реализации мероприятий в рамках социального проекта ««Социально-правовая гостиная для молодых женщин в трудной жизненной ситуации» по муниципальному грантовому конкурсу «Новая молодежная политика» /архив Томского областного общественного фонда «Центр общественного развития».
5. Информационный отчет Региональной Общественной Благотворительной Организации (ТРОБО) «Подранки» о реализации мероприятий в рамках социального проекта «Право ребенка на счастливое детство» по муниципальному грантовому конкурсу «Новая молодежная политика» /архив Томского областного общественного фонда «Центр общественного развития».

КАЧЕСТВЕННОЕ ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МОДЕРНИЗАЦИИ: ТОМСКАЯ МОДЕЛЬ

Попова Л.Л., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Одним из стратегических направлений модернизации России является развитие образования – доступное, качественное для всех, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья. Согласно новому федеральному закону «Об образовании» учебные заведения обязаны создать детям с особыми нуждами условия для получения качественного образования без дискриминации. Отдельно прописано право ребенка на качественное инклюзивное образование по адаптированным программам в спецшколах.

Инклюзивное образование (франц. *inclusif* – включающий в себя, от лат. *include* – заключаю, включаю) – термин, используемый для описания процесса обучения людей с особыми потребностями в общеобразовательных (массовых) школах, высших учебных заведениях. В основу инклюзивного образования положена идеология, которая исключает любую дискриминацию, которая обеспечивает равные отношения ко всем, но создает особые условия для людей, имеющих особые образовательные потребности. Образовательное и профессиональное становление – это наиболее действенный способ реальной социализации людей с инвалидностью, который позволяет максимально обеспечить их самостоятельную активность, достойное качество жизни [1;2].

При этом получает реализацию комплекс важнейших социально-педагогических факторов: взаимная адаптация детей с ограниченными возможностями здоровья и нормально развивающихся сверстников; использование реального примера для детей с ограниченными возможностями здоровья – того, к чему они могут стремиться; участие сверстников в совместном взаимодействии в процессе

обучения и воспитания. Происходит более ясное понимание обществом проблем инвалидности; предоставляется возможность получения полного образования и др. [3;4].

В Томской области, одной из немногих в России разрабатывается модель инклюзивного образования [4]. Для реализации такой модели имеются объективные предпосылки. Это: обеспечение принципиально нового уровня доступности качественного образования; высокий уровень индекса и доступности образования в регионе; наличие квалифицированного кадрового педагогического состава; наличие института специального образования; наличие элементов психолого-педагогического сопровождения детей с ОВЗ: ПМПК (областная (центральная), городская, районная), школьные ПМП – консилиумы; региональные экспериментальные площадки; наличие информационных ресурсов, Центры дистанционного образования (общего и высшего); программа развития системы образования для детей с ОВЗ. Действует «Закон об образовании в Томской области» [5]. В Томске уже несколько лет действует межвузовский молодежный клуб «Инклюзия-ДИВО» для объединения активных молодых людей с инвалидностью.

Определены основные направления деятельности формирования интегрированного (инклюзивного) образования в регионе: создание алгоритма взаимодействия различных учреждений, осуществляющих психолого-педагогическое и медико-социальное сопровождение ребёнка с особыми образовательными потребностями на региональном уровне; создание системы мониторинга и учета численности детей с особыми образовательными потребностями и определения условий для получения ими образования; создание непрерывной образовательной вертикали: «Детский сад – ПМПК – Школа»; организация психолого-педагогического, тьюторского сопровождения образовательного движения ребёнка; разработка специального, коррекционно-развивающего блока образовательных программ общеобразовательного учреждения с целью создания в школе вариативной образовательной среды. Предполагается создание системы дистанционного обучения для детей-инвалидов и детей, не охваченных систематическими занятиями в школе; разработка и апробация теоретико-методологических основ подготовки родителей детей с ОВЗ; создание единого информационного пространства с целью внедрения научно-методических рекомендаций по формированию интегрированного (инклюзивного) пространства в общеобразовательных учреждениях. Особое внимание уделено кадровому обеспечению деятельности по формированию интегрированного (инклюзивного) образования в региональной образовательной системе [6].

Для решения задач инклюзивного образования в Государственной думе Томской области создана рабочая группа, действующая при комитете по труду и социальной политике [7]. Ее целью является создание безбарьерной среды в обучении и профессиональной подготовке людей с ограниченными возможностями.

Кроме того, предпринимаются действия для ориентира государственной системы дополнительного образования на работу с детьми-инвалидами, для координации усилий семьи, образовательного учреждения и общественных организаций. Главный вопрос, который решается в рамках работы комиссии – выработка четких правил и создание алгоритма действий для достижения результата, то есть решение вопросов создания адекватной модели управления качеством образования, в конечном счете – повышение качества жизни людей с инвалидностью.

Задействованы в этой программе и вузы Томска, имеющие опыт работы со студентами с инвалидностью, реализуя собственные программы развития доступной среды, инклюзивного образования в высшей школе, как фактора повышения качества жизни. При этом доступная среда, или как сегодня ее все чаще называют, универсальная среда, существенно влияет на конкурентоспособность современного вуза. Вуз, закрытый для инвалидов, несет репутационные потери, утрачивает общественный авторитет и проигрывает в соревновании за абитуриента.

Остановимся более подробно на опыте Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР), который показывает, что для включения лиц с ограниченными возможностями здоровья в жизнедеятельность общества, необходимо объединение усилий всех заинтересованных социально активных групп, в том числе вузовской молодежи [8].

На достижение этой цели направлен социальный проект «Сопровождение социальной адаптации студентов с ограниченными возможностями здоровья в техническом вузе (ТУСУР)», который разрабатывается преподавателями и студентами ТУСУРа с 2006 г. с использованием форм группового проектного обучения (ГПО).

Технология ГПО позволяет создавать проектные группы из числа наиболее подготовленных студентов для организации исследовательской деятельности, тесно связанной с практикой и формированием умений и навыков будущей профессии. По теме данного проекта были сформированы группы в составе 4-5 студентов, каждая из которых должна работать по 2 года. Основное внимание в выполнении проекта было обращено на изучение отечественного и зарубежного опыта сопровождения студентов с ограниченными возможностями и разработку собственной модели. Моделирование способствует пониманию любой сложной системы отношений, создает объективные представления действительности [9].

На основе системного анализа, социально-психологического подхода с помощью социологических

методов были выявлены проблемы студентов-инвалидов, разработана методика социальной работы в алгоритме студент-студент. Также было положено начало развитию партнерских отношений и сотрудничеству с общественными организациями и движениями, поддерживающими инклюзивное образование. Участниками проектных групп были запланированы и проведены мероприятия, направленные на интеграцию студентов с ограниченными возможностями здоровья в учебный процесс.

Процесс их адаптации, по результатам исследования, должен развиваться по нескольким направлениям: формирование общественного мнения в пользу инклюзивного образования, оказание психолого-педагогической помощи студентам-инвалидам и их индивидуальное сопровождение, создание без барьерной архитектурной среды. Центральным звеном стала разработка модели Центра сопровождения студентов с инвалидностью (ЦеССИ), который был создан через 4 года после начала проекта.

ЦеССИ – это первая самостоятельная организация по поддержке студентов-инвалидов среди вузов города. Он представляет собой пример того, как инициатива студентов может быть реализована посредством технологии социального проектирования. Помещение ЦеССИ приобретает функцию социокультурного центра вуза, открытого для совместного проведения различных совместных мероприятий студентов. На его базе создан кино клуб, проходят тренинги, действуют группы самопомощи, круглые столы. Здесь осуществляется психологическое консультирование студентов-инвалидов, волонтеров из числа студентов, разрабатывается организационно-методическое и психолого-педагогическое сопровождение. Все это способствует распространению в общественном сознании толерантности, социальной модели инвалидности. Уже сейчас родители детей-инвалидов, при выборе высшего учебного заведения, предпочитают именно ТУСУР, объясняя свой выбор существованием здесь Центра сопровождения студентов с инвалидностью (ЦеССИ).

Система сопровождения социальной адаптации студентов с инвалидностью сформировалась в результате самоорганизации, когда действия людей становятся упорядоченными и образуются устойчивые структуры. В данном случае – Центр сопровождения студентов с инвалидностью аккумулирует основные направления инициатив студентов, преподавателей, всех заинтересованных сторон по интеграции инвалидов в образовательное пространство высшего учебного заведения. По своему назначению он аналогичен тем службам помощи студентам-инвалидам, которые существуют в западноевропейских вузах.

Таким образом, в ТУСУРе на основе инициативы студентов сформировалась саморазвивающаяся, самоподдерживающаяся система социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями, которая может быть рекомендована другим высшим и средним специальным учебным заведениям с целью улучшения интеграции лиц с ограниченными возможностями в учебную среду.

Итак, инклюзивное образование сегодня с полным правом может считаться одним из приоритетов государственной образовательной политики России. Переход к нему предопределен уже тем, что наша страна ратифицировала Конвенции ООН в области прав детей, прав инвалидов. Принято решение о формировании института Уполномоченных по правам инвалидов. Однако, чтобы такой переход совершился, нужны не только соответствующие правовые акты, но и необходимые условия, благоприятное общественное мнение, создание особой модели управления качеством образования, понимания того, что образование является основным правом человека и что оно создает основу для более справедливого общества. Именно на это ориентирована томская модель качественного инклюзивного образования.

Список использованных источников и литературы

1. Васильев, В.П. Качество и уровень жизни населения Российской Федерации / В.П. Васильев. – М.: ЭКОС, 2007. – 117 с.
2. Иванова А.Е. Инвалидность населения // интернет ресурс Web-Атлас: «Окружающая среда и здоровье населения России»/ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sci.aha.ru/ATL/ra61a.htm>
3. Кулагина Е.В. Актуальные вопросы модернизации специального образования // Материалы Интернет-конференции «Инклюзивное образование: повышение доступности образования для детей с ограниченными возможностями». [Электронный ресурс] – URL: <http://socpolitika.ru/rus/conferences/3985/3986/>
4. Осьмук Л.А. Образовательные потребности учащихся с ограниченными возможностями здоровья.// Высшее образование в России. – 2010. – № 12. – С. 137 – 143.
5. Закон об образовании в Томской области [Электронный ресурс] – URL:<http://duma.tomsk.ru/page/17122/>
6. Круглый стол «Инклюзивное образование в Томске: за и против». [Электронный ресурс] – URL: <http://divo.tomsk.ru/html/proekt-tacis.htm>
7. Сайт Администрации города Томска. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.novotomsk.ru/news/education/2010/05/25/5311.html>
8. Зиновьева В.И. развитие социального проектирования и формирование Центра сопровождения студентов с ограниченными возможностями здоровья в ТУСУРе // Социальная работа в России:

образование и практика: сб. науч. тр./под ред. Проф. Н.А. Грика.- Томск: Изд-во ТУСУР, 2010. – Вып.2. – С. 133-140.

9. Ким М.Ю, Радченко О.Е. Создание доступной среды для инвалидов: рекомендации и реальность//Социальная работа в России: образование и практика: сб. науч. тр./под ред. проф. Н.А. Грика. – Томск: Изд-во ТУСУР, 2010. – Вып.2. – С.157-167

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА

Ракитина М.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Создание акционерного общества – это установленная правовыми нормами процедура возникновения нового субъекта гражданского оборота – юридического лица в соответствующей организационно-правовой форме. Она складывается из ряда совершаемых учредителями и государственными органами юридических актов, которые, в свою очередь, образуют несколько относительно самостоятельных блоков:

- 1) акты учредителей;
- 2) государственная регистрация АО как юридического лица;
- 3) формирование уставного капитала АО путём выпуска и размещения акций.

Процедура учреждения АО инициируется волевыми действиями учредителей. Ими проводится общее собрание, которое должно обсудить и принять решения по основным вопросам создания АО: учреждения общества, утверждения его устава, избрания органов управления. На собрании могут обсуждаться и другие вопросы. В соответствии с п. 2 ст. 9 Закона об АО решение, об учреждении общества, утверждении его устава и утверждении денежной оценки ценных бумаг, других вещей или имущественных прав либо иных прав, имеющих денежную оценку; вносимых учредителем в оплату акций общества, должно быть принято учредителями единогласно. Результаты голосования отражаются в протоколе общего собрания учредителей.

При определении правовой природы решения учредительного собрания АО, с моей точки зрения, следует исходить из того, что оно оформляет собой волю учредителей, направленную на возникновение гражданско-правовых отношений. Поэтому по отношению к данному акту в субсидиарном порядке возможно применение норм ГК РФ о сделках.

Единственным учредительным документом АО выступает устав. В соответствии с п. 3 ст. 11 Закона об АО в нем должны содержаться следующие сведения: полное и сокращенное фирменные наименования общества; место нахождения общества; тип общества (открытое или закрытое); количество, номинальная стоимость, категории (обыкновенные, привилегированные) акций и типы привилегированных акций, размещаемых обществом; права акционеров – владельцев акций каждой категории (типа); размер уставного капитала; структура и компетенция органов управления и порядок принятия ими решений; порядок подготовки и проведения общего собрания акционеров, в том числе перечень вопросов, решение по которым принимается органами управления общества квалифицированным большинством голосов или единогласно; сведения о филиалах и представительствах общества; иные положения, предусмотренные законодательством.

Правовая природа устава юридического лица – дискуссионная проблема вот уже несколько столетий. Она не разрешена до сих пор. В литературе высказано несколько точек зрения:

- 1) устав как договор либо правовой феномен, основанный на договоре или содержащий в себе договор (элемент договора);
- 2) устав как локальный нормативный акт;
- 3) устав как правоприменительный акт.

Н.В. Козловой высказана точка зрения, согласно которой устав является корпоративной сделкой [1].

Таким образом, договорная концепция устава не принята ни судебной практикой, ни современными исследователями. То же самое можно сказать в отношении устава как сделки. Кроме того, последнее не даёт возможности придать ему хотя бы относительную автономность как правовому акту. Против устава как правоприменительного акта свидетельствует надындивидуальный характер положений, содержащихся в нем. Представляется, что устав является локальным правовым актом, который, при наличии в нем норм, имеет нормативный характер, что позволяет применять его как подзаконный нормативный акт.

Учредители заключают между собой в письменной форме договор о создании АО, к которому, согласно п. 5 ст. 9 Закона об АО, должны определить порядок осуществления ими совместной деятельности по учреждению общества, размер уставного капитала общества, категории и типы акций, подлежащих размещению среди учредителей, размер и порядок их оплаты, права и обязанности учредителей по созданию общества. При необходимости учредители вправе включить в свой договор любые условия, не противоречащие закону.

Хочется отметить, что из п. 5 ст. 9 Закона об АО следует, что договор о создании общества не признается учредительным документом общества. По своей правовой природе он относится к договорам простого товарищества, в котором двое или несколько лиц обязуются соединить свои вклады и совместно действовать для достижения цели, не противоречащей закону. Поэтому неисполнение договора о создании АО может повлечь обязанность нарушителя возместить причиненные другим участникам убытки в полном объеме [2]. В случае учреждения общества одним лицом для создания АО достаточно его волеизъявления, выраженного в виде самостоятельного документа – решения, которое должно определять размер уставного капитала общества, категории (типы) акций, размер и порядок их оплаты (п. 5 ст. 9 Закона об АО).

Создание нового АО возможно путем реорганизации уже существующего АО в форме слияния, разделения и выделения, а также путем преобразования в АО общества с ограниченной ответственностью (п. 2 ст. 104 ГК и п. 1 ст. 56 Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью», производственного кооператива); п. 5 ст. 26 ФЗ «О производственных кооперативах», унитарного предприятия (п. 1 ст. 13 Федерального закона «О приватизации государственного и муниципального имущества»).

При создании нового АО путем реорганизации уже существующего общества либо производственного кооператива основополагающее значение имеют следующие документы.

1. Решение общего собрания реорганизуемого кооператива либо общества (обществ), которым утверждается реорганизация в избранной участниками форме, порядок и условия реорганизации; порядок конвертации акций либо обмена долей участников общества на акции акционерного общества (при преобразовании ООО в АО); разделительный баланс (при выделении, разделении) или передаточный акт (при слиянии и преобразовании ООО или производственного кооператива в АО).

При реорганизации АО в форме выделения и разделения решением общего собрания реорганизуемого общества утверждается также вопрос о создании нового общества (обществ). При выделении решением общего собрания в качестве альтернативы конвертации акций может быть предусмотрено распределение акций создаваемого общества среди акционеров реорганизуемого общества, приобретение акций создаваемого общества самим реорганизуемым обществом (п. 2 ст. 19 Закона об АО). Правовая природа решений общего собрания о реорганизации законодательно не определена. Ряд современных отечественных исследователей придерживаются мнения о его сделочном характере, поскольку, на их взгляд, решение общего собрания представляет собой волеизъявление юридического лица, направленное на установление правовых отношений по поводу реорганизации.

С точки зрения ряда юристов (Е. Куликова, Т. Старостина), само решение действительно отвечает всем признакам сделки, так как носит субъективный характер. Однако положения, утверждаемые решением общего собрания, связаны с волей юридического лица лишь косвенно, имеют в своей основе нормы закона, описывающие процедуру реорганизации, и, следовательно – объективный характер. Это позволяет считать их самостоятельными правовыми актами, которые при наличии в их составе норм могут выступать в качестве локальных нормативных актов [3].

При реорганизации АО в форме слияния решением общего собрания каждого реорганизуемого общества утверждается договор о слиянии, заключенный обществами, участвующими в этом процессе. В договоре должны быть определены порядок и условия слияния, а также порядок конвертации акций каждого общества в акции нового общества; может быть установлен порядок голосования на совместном общем собрании акционеров (п.п. 2 и 3 ст. 16 Закона об АО).

Договор о слиянии нельзя считать договором простого товарищества, поскольку, как справедливо отмечает Б.П. Архипов, «целью участников простого товарищества является совместная деятельность без образования юридического лица, в то время как договор о слиянии изначально заключается для создания нового лица». Представляется верным вывод о том, что есть все основания причислить его к непоименованным гражданско-правовым сделкам.

2. Устав, утверждаемый решением общего собрания реорганизуемых (при слиянии) либо вновь создаваемого общества (обществ) (соответственно – при выделении и разделении).

Создание АО путём преобразования государственного или муниципального унитарного предприятия в порядке приватизации оформляется иными документами, перечень которых установлен Законом о приватизации. Преобразование в порядке приватизации возможно только на основании утверждаемого правительством РФ, органами государственной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления в сфере приватизации прогнозного плана (программы) приватизации федерального имущества на соответствующий год, а также принимаемого органами, указанными выше, решения об условиях приватизации федерального имущества (ст. 6 Закона о приватизации).

Государственная регистрация АО осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц» (далее – Закон о регистрации). В ст. 12 этого Закона содержится перечень документов, необходимых для государственной регистрации АО созданного путём учреждения:

- а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации;
- б) решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа;
- в) учредительные документы юридического лица;

г) выписка из реестра иностранных юридических лиц соответствующей страны происхождения или иное равное по юридической силе доказательство юридического статуса иностранного юридического лица-учредителя;

д) документ об уплате государственной пошлины [4].

При регистрации АО, созданного в результате реорганизации, необходимы следующие документы (ст. 13 Закона о регистрации):

а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации каждого вновь возникающего юридического лица, создаваемого путем реорганизации;

б) учредительные документы каждого вновь возникающего юридического лица, создаваемого путем реорганизации;

в) решение о реорганизации юридического лица;

г) договор о слиянии или присоединении;

д) передаточный акт или разделительный баланс;

е) документ об уплате государственной пошлины [7].

Государственная регистрация АО означает возникновение у общества правоспособности, состоящей лишь в возможности осуществлять права и обязанности, вытекающие из действий учредителей, направленных на создание общества. Полную правоспособность АО приобретает только после оплаты 50% акций, составляющих уставный капитал общества (п. 3 ст. 2 Закона об АО).

При размещении акций среди неограниченного круга владельцев или заранее известного круга, число которых превышает 500, а также в случае, когда общий объем эмиссии превышает 50 тысяч минимальных размеров оплаты труда, производится регистрация проспекта эмиссии акций. В этом случае процедура эмиссии дополняется следующими этапами: а) подготовка и регистрация проспекта эмиссии акций; б) всю информацию из проспекта эмиссии и из отчёта об итогах выпуска [2].

Каждый выпуск в соответствии со ст. 17 Закона «О рынке ценных бумаг» должен быть зарегистрирован отдельным решением. Оно утверждается советом директоров (наблюдательным советом) и содержит: полное наименование эмитента, место его нахождения и почтовый адрес; дату принятия решения о размещении акций; наименование уполномоченного органа эмитента, принявшего решение о размещении акций; дату утверждения решения о выпуске акций; наименование уполномоченного органа эмитента, утвердившего решение о выпуске акций; категорию (тип) акций; права владельца, закрепленные акцией; условия размещения акций; указание количества акций и данном выпуске; подпись лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа эмитента, и печать эмитента [3].

Для государственной регистрации выпуска акций в регистрирующий орган предоставляются следующие документы: заявление на государственную регистрацию выпуска; анкета эмитента; копия документа, подтверждающего государственную регистрацию эмитента; решение о выпуске; справка эмитента об оплате его уставного капитала, подписанная лицом, занимающим должность единоличного исполнительного органа эмитента, а также главным бухгалтером эмитента или лицом, осуществляющим его функции. Кроме того, требуется выписка из протокола заседания совета директоров, которым принято решение о размещении ценных бумаг, с указанием имён членов совета директоров, голосовавших за его принятие; выписка из протокола заседания совета директоров о выпуске акций и проспект выпуска, с указанием имен членов совета директоров, голосовавших за его принятие; копия учредительных документов эмитента со всеми внесенными в них изменениями и/или дополнениями; опись представленных документов; проспект ценных бумаг.

Также следует обратить внимание на копии документов (вырезка из ленты новостей информационного агентства, копия публикации в средствах массовой информации и финансового консультанта на рынке ценных бумаг в сети Интернет и т.п.), подтверждающих соблюдение эмитентом требований о раскрытии информации на этапах принятия решения о размещении и утверждения решения о выпуске (в случаях, когда государственная регистрация выпуска сопровождается регистрацией проспекта выпуска); документ об уплате налога или сбора, взимаемого в случаях, предусмотренных законодательством РФ о налогах и сборах при эмиссии ценных бумаг [4].

Хочется обратить внимание на то, что ответственность за правильность документального оформления создания АО возложена законодателем на учредителей, поскольку регистрирующие органы не обязаны проводить правовую экспертизу документов, направляемых для государственной регистрации.

Но, вместе с тем, они наделяются контролирующими функциями по отношению к уже созданному АО и вправе обратиться в суд с требованием о ликвидации юридического лица в случае допущенных при создании такого юридического лица грубых нарушений закона или иных правовых актов. Это касается, прежде всего, ситуаций, когда нарушения носят неустранимый характер, а также в случае неоднократных, либо грубых нарушений законов или иных нормативных правовых актов о государственной регистрации юридических лиц (ст. 25 Закона о регистрации).

Список использованных источников и литературы

1. Артеменков С.В., Долинская В.В., Козлова Е.Н. Юридические лица. – М., 2009.

2. Архипов Б.П. Реорганизационные договоры о слиянии и поглощении акционерных обществ // Законодательство. – 2010. – № 10. – С.44-48.
3. Гражданский кодекс России. Проблемы. Теория. Практика. /Под ред. А.Л. Маковского. – М., 2009.
4. Гражданское право. / Под ред. Сергеева А.П., Толстого Ю.К. Т.1. – М., 2008.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ КАК ОДИН ИЗ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ

Синченко К.О., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

Последнее десятилетие в нашей стране ознаменовано социальными и экономическими изменениями, которые привели к появлению жёсткой конкуренции на рынке труда, что предъявляет к подготовке молодых специалистов более высокие требования. Поэтому возрастает ответственность учреждений профессионального образования не только перед государством, но главным образом перед выпускниками этих учреждений, которым предстоит пройти через непростой отбор на рынке труда.

При рассмотрении вопросов современного развития профессионального образования и его функционирования все чаще на первый план выдвигаются проблемы качества образования, управления качеством в образовательных учреждениях.

Качество образования – социальная категория, определяющая состояние и результативность процесса образования в обществе, его соответствие потребностям и ожиданиям общества (различных социальных групп) в развитии и формировании гражданских, бытовых и профессиональных компетенций личности.

Управление качеством образования – комплексный, целенаправленный, скоординированный процесс воздействия как на образование в целом, так и на его основные элементы с целью достижения наибольшего соответствия параметров его функционирования, развития, их результатов соответствующим требованиям, нормам и стандартам.

Главной целью любого образовательного учреждения является подготовка конкурентоспособного профессионала, отвечающего самым высоким требованиям отраслевых рынков труда. Поэтому возникает необходимость разработки таких механизмов воздействия, которые бы гарантировали достижения поставленной цели.

Одним из таких механизмов, позволяющий отслеживать качество обучения является педагогический мониторинг – длительное наблюдение за конкретными объектами, процессами, явлениями педагогической деятельности. Для проведения оценки и диагностики качества образования используются разные способы и каналы получения информации: анализ статистических данных; анкетирование; экспертное оценивание; контент-анализ документов; квалиметрические методики и процедуры; заключения, решения и оценки структур управления различных уровней.

Сопоставление данных мониторинга с запланированными показателями, дает возможность качественной оценки принятых управленческих решений и принятия правильных корректирующих действий.

Для управления уровнем качества образовательной деятельности вуза мониторинг можно и нужно использовать не только на всех стадиях образовательного процесса, но и на самой первой ступени – организации процедуры для привлечения в вуз более способных абитуриентов.

После обучения в школе, молодые люди хотят продолжить получение знаний в высших профессиональных заведениях. Несмотря на обилие информации в СМИ и интернете, бывшие школьники – настоящие абитуриенты испытывают страх самоопределения. Они сталкиваются с огромным выбором вузов, профессий, квалификаций, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки, поэтому на работников приемных комиссий накладывается определенный груз ответственности за профориентационную работу абитуриентов.

При участии в работе приемной комиссии была поставлена цель – узнать о мотивации абитуриентов при поступлении, о том, как они оценивают работу приемной комиссии факультета в целом. Для этого был использован один из механизмов мониторинга – анкетирование и анализ результатов полученных анкет.

Было проведено анкетирование, в котором приняло участие 55 студентов, поступивших на первый курс факультета инновационных технологий НИ ТГУ, с целью обозначения их мотивации и осведомленности при выборе вуза, факультета и специальности.

На вопрос о том, что стало решающим фактором при выборе вуза были полученные следующие результаты: более 77 % опрошенных выбрали ТГУ, потому что считают данный вуз перспективным; 11% – по совету друзей, знакомых; всего 3% – выбрали вуз как последнюю возможность получения образования, т.к. не прошли в др. вузы; 9 % – не смогли объяснить причину своего выбора.

По ответам на вопрос о выборе вуза можно сделать вывод о том, что почти все абитуриенты осознанно выбрали для поступления ТГУ, а это означает, что при планировании на будущее приемным комиссиям надо более широко и целенаправленно ориентировать выпускников школ.

Теперь рассмотрим, как обстоит картина с выбором факультета. Исходя из полученных данных, следует заметить, что 74 % опрошенных твердо уверены в своем выборе, более 10% сделали свой выбор благодаря совету друзей или знакомых, увеличилось число не прошедших на определенный факультет до 6% и 7 % респондентов также стабильно не могут обосновать свой выбор.

При выборе специальности большинство опрошенных выбрали специальности факультета инновационных технологий, так как считают специальность «Управление качеством», «Инноватика» и «Прикладная Информатика» более перспективными. Однако для полноценной оценки данного факта необходимо посмотреть, как поменяются взгляды студентов, получающих данные специальности на выходе из Вуза, смогут ли реализовать себя выпускники или они выбрали специальность, ориентируясь на модные тенденции в обществе?

Наиболее меня заинтересовала работы приемной комиссии ФИТ НИ ТГУ, по профилю подготовки «Управление качеством». Как выяснилось при личной беседе, будущие студенты не имеют представления о понятии «качество» и не предполагают о дальнейших перспективах развития после окончания вуза, хотя считают данную специальность, согласно анкетированию, интересной и перспективной.

А это означает, что процесс обучения в общеобразовательных школах не затрагивает даже основ TQM, что приводит к неосознанности выбора специальности и роли качества в современном мировом сообществе в целом.

Подготовка квалифицированных работников для деятельности по улучшению качества продукции, товаров и услуг является сложной задачей. Поэтому немаловажную роль в данном процессе играет работа приемной комиссии, которая должна учесть результаты анкетирования и пересмотреть свои позиции по информированности абитуриентов о специальности «Управление качеством» для привлечения большего числа абитуриентов на данную специальность.

В целом опрошенные респонденты дали высокую оценку работы приемной комиссии. Однако работник приемной комиссии должен быть одинаково подкован в вопросах всех специальностей, на которые набирают абитуриентов. Важно, чтобы будущий студент понял назначение профессии, которую выбирает, и какие перспективы развития его ожидают в дальнейшем.

Из этого следует, что факультету инновационных технологий НИ ТГУ необходимо пересмотреть работу приемной кампании и обратить внимание на информирование школьников по вопросам управления качеством (одним из вариантов можно рассматривать создание кружков качества на базе детско-юношеских организаций), а также на переобучение и проведения курсов для работников приемных комиссий.

Таким образом, использование педагогического мониторинга в процессе определения качества образования является одним из действенных способов для определения причины выбора профессии, а следовательно, необходимых корректирующих действий, которые помогут факультету оставаться конкурентоспособным, а специальностям подготовки востребованными.

Список использованных источников и литературы

1. Горб В.Г. Педагогический мониторинг образовательного процесса как фактор повышения его уровня и результативности // Стандартны и мониторинг. – 2000. – № 5
2. Абрамовских Н.В. Педагогический мониторинг воспитания познавательной готовности старших дошкольников к обучению в школе: Дис. канд. пед. наук: 13.00.06. – Екатеринбург, 1999.
3. Грибанов В.И. Мониторинг начального профессионального образования региона: Дис. канд. пед. наук: 13.00.08. – М., 2000.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ

Турунова О.В., студент

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета

Формирование цивилизованного рыночного хозяйства в РФ связано с необходимостью осмысления закономерностей становления эффективной системы собственности, а также путей активизации этого процесса. Реальные отношения собственности, сложившиеся в результате рыночных реформ, не в полной мере обеспечивают эффективное хозяйствование и рациональное использование производственных ресурсов и требуют своего комплексного совершенствования на всех уровнях экономической структуры.

Эффективная собственность – это совокупность экономических отношений владения, распоряжения и пользования, представляющая собой рациональную форму присвоения условий и результатов производства, обеспечивающая оптимальное распределение и перераспределение ресурсов в рамках общественного воспроизводства и используемая обществом в данный исторический момент для создания материальных основ своей жизнедеятельности (материальных благ и услуг).

Эффективная система собственности обозначает совокупность социальных форм присвоения и использования экономических благ, применяемых обществом в данный исторический период для создания материальных основ его жизнедеятельности. Она предполагает согласование экономических интересов хозяйствующих субъектов, детерминируя тем самым социально-экономическую стабильность общества, а эффективная реализация е конкретных форм обеспечивает оптимальное макроэкономическое развитие [1.С.56].

Система эффективной собственности, по сути, подразумевает рациональное хозяйствование, ориентированное на оптимальное использование ресурсов, максимизацию результатов экономической деятельности и получение наибольшего эффекта от производимого продукта. В свою очередь рациональное хозяйствование субъектов эффективной собственности придает рынку необходимую динамичность, создает благоприятную долгосрочную экономическую конъюнктуру.

Одной из важнейших задач современного этапа рыночных реформ в РФ является формирование и наиболее полная реализация потенциала эффективных форм собственности, степень развитости которых характеризует реальный уровень становления рыночных механизмов функционирования российской экономики.

Становление и стабилизация системы эффективной собственности предполагают, в частности, наличие соответствия налоговых платежей экономических агентов величине добавленной стоимости, обеспечение экономически обоснованного изменения пропорций налоговых поступлений; формирование механизма управления бюджетными потоками, гарантирующего их максимальную зависимость от деятельности эффективных институтов собственности.

Развитие государственной собственности предполагает активизацию процесса управления макроэкономикой, отражающего базовый аспект процессов воспроизводства материальных благ и факторов производства.

Построение эффективных форм корпоративной собственности обуславливает необходимость совершенствования законодательных основ предпринимательской деятельности, стимулирование инновационных процессов в сфере производства и инновационных форм предпринимательства, создание благоприятного режима инвестирования.

В рамках малого и среднего предпринимательства оптимизация отношений собственности способствует расширению сферы и роста уровня занятости трудоспособного населения, развитию венчурного бизнеса как средства ускоренного освоения наукоемкой продукции, поощрения инвестиций в реальный сектор экономики. Приоритетными для становления эффективной собственности служат следующие меры регулятивного характера: расширение финансовой базы кредитования; создание структур, удовлетворяющих информационные потребности предпринимателей; целенаправленная перестройка работы маркетингового обслуживания и методов менеджмента с учетом специфики малого бизнеса.

Основными закономерностями становления эффективной собственности выступают: ускоренная динамика главных элементов экономической системы страны, обеспечение конкурентоспособности производства, развитие социально-производственной инфраструктуры.

Выявление особенностей формирования и реализации эффективной собственности обнаруживает внутреннюю структуру, формы и инструменты ее долгосрочной динамики; эффективная собственность превращается в фундаментальное условие не только стабилизации макроэкономки, но и в стимул ускоренного роста всех секторов отечественной экономики, а также становления благоприятной среды для предпринимательства, инвестирования и оптимизации производственной структуры национальной экономики [2.С.22].

Эффективная собственность образует основную сферу реализации производственного потенциала национальной макроэкономки на всех ее уровнях, обеспечивая достижение долгосрочного, равновесного и конкурентного состояния эффективного регулирования данных уровней, в границах которых управление производством принимает форму стратегического партнерства между базовыми экономическими элементами.

Развитие эффективных форм государственной собственности предполагает активизацию процесса управленческого регулирования макроэкономки, отражающего базовый аспект процессов воспроизводства материальных благ и факторов производства (на основе управления процессом разделения труда, специализации), а также комплексного экономического развития.

Развитие эффективных форм крупно-корпоративной собственности предполагает институционализацию предпринимательской деятельности, развитие стимулов к долгосрочной максимизации прибыли, ориентацию на благоприятный режим инвестирования; приоритетность инновационно-лизинговых форм бизнеса.

Развитие эффективных форм средней и мелкой собственности предполагает расширение сферы самозанятости трудоспособного населения посредством интенсификации малого и среднего бизнеса; обеспечение доминирующего статуса венчурного бизнеса для ускоренного освоения наукоемкой продукции, поощрения инвестиций в реальный сектор экономики инструментами льготного налогообложения [3.С.11].

Интенсивность становления эффективной собственности определяется выбором основного источника его финансовой поддержки: собственных средств предпринимателей; бюджетного финансирования; привлечение зарубежного капитала; отсюда возможны различные варианты последующего развития и перспективы динамики эффективных форм хозяйствования.

В целом можно утверждать, что эффективная собственность выступает в качестве исходного условия не только стабилизации народнохозяйственной ситуации, но и является мощным импульсом системного рыночного обновления практически всех сфер отечественного производства; именно в этом аспекте необходима реструктуризация предприятий производственного комплекса, которые будут преобразованы в эффективные субъекты рынка.

Список использованных источников и литературы

1. Акимов Н.И. Политическая экономия современного способа производства. – М.: Экономика, 2009. – 207 с.
2. Наймушин В. Рациональная модель модернизации экономики России. – Ростов-на-Дону: Изд-во СКНЦ ВШ, 2005.
3. Стиглиц Дж. Неудачи корпоративного управления при переходе к рынку // Экономическая наука современной России. – 2007. – №4.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Усова А.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Государственная корпорация, как организационно-правовая форма юридического лица, была введена федеральным законом 8 июля 1999 года. Государственная корпорация является некоммерческой организацией, учрежденной органами государственной власти на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих, общественно полезных функций [3]. Государственные корпорации не российское изобретение, в том или ином виде они существуют в других государствах.

В России государственные корпорации очень часто неприбыльны, так как создаются для реализации определенных целей государственной политики там, где надо дать толчок инновационному развитию. При упоминании «государственная корпорация» в сознании большинства российских граждан тут же возникает картина большой и сложной организации, куда направляется значительная часть государственного бюджета, а взамен Россия ничего не получает. Отчасти это, правда и подтверждением тому служит не так давно проведенная комплексная проверка деятельности государственных корпораций экс-президентом России Дмитрием Медведевым [1].

В результате данной проверки были выявлены факты невыполнения возложенных законом на государственные корпорации функций и задач, несоответствие деятельности корпораций целям, сформулированным в федеральных законах об их создании, нецелевого и неэффективного использования государственными корпорациями имущества и финансовых средств, переданных им государством. Выявлены нарушения законодательства при реализации государственными корпорациями функций, предусмотренных федеральными законами об их создании. Выявлены факты нецелевого и неэффективного расходования государственными корпорациями выделенных государством финансовых и материальных ресурсов [1].

После проведенной проверки часть государственных корпораций были перерегистрированы в акционерные общества, либо были приняты распоряжения прекратить деятельность государственной корпорации после выполнения уставных задач, однако, значительную часть корпораций реорганизация не затронула, в связи с долгосрочными уставными целями корпораций [2].

Таким образом, Российская Федерация столкнулась с проблемами дальнейшего развития государственных корпораций. Данная тема актуальна и не стоит преуменьшать ее значения. Государственные корпорации играют большую роль в развитии страны, ведь цель создания крупных корпораций – это поддержка и развитие тех областей, где рейтинг государства снижается, по отношению к другим государствам. Корпорации призваны реализовать различные проекты и программы, содействовать отдельным видам деятельности, оказывать поддержку в управлении отраслями и группами компаний [4]. Следовательно, нельзя перерегистрировать государственные корпорации в акционерные общества, превращая тем самым их в естественную монополию, что соответственно негативно влияет на рыночную систему.

В настоящее время, для того чтобы государственные корпорации начали активно развиваться и приносить плоды своему государству, ряд авторов рекомендуют: в первую очередь, в законодательстве о государственных корпорациях разработать ограничения для их служащих, тем самым устранить возможность принятия решений в интересах служащих государственных корпораций. Так же необходимо обязать государственные корпорации отчитываться перед Счетной палатой и Центральным

банком, как это делают другие юридические лица, таким образом ввести жесткий контроль государственных средств. Как известно, средства государства направляются на проекты, которые выбираются государственными корпорациями самостоятельно, что является не целесообразным, для решения данной задачи необходимо обязать государственные корпорации разрабатывать программы и проекты в единой государственной стратегии, и системе приоритетов. Прописать возможные санкции за невыполнение данных программ и проектов. Следует существенно снизить преференции, имеющиеся у государственных корпораций, для того, чтобы была возможна конкуренция с ними со стороны частных компаний [4].

Непрерывно надлежит указать на то, что руководство государства естественно осознает, что без государственной поддержки крупные наукоемкие производства, которые и без того существуют не в лучшем состоянии, в итоге просто рухнут, и пытается их сохранить как может. Как бы ни хотелось этого признавать, но они рухнут и с государственной поддержкой. Тем более что прежний научно-технический потенциал в обрабатывающем секторе российской промышленности исчерпан. Поэтому нужно не поддерживать то, что уже никогда не будет конкурентоспособным. А создавать почву для будущего развития.

В заключение непременно нужно отметить, что вышеперечисленных рекомендаций может быть гораздо больше и не следует упускать из внимания проблему развития государственных корпораций, потому что именно Россия, как никакое другое государство нуждается в стабильных, крупных и успешных корпорациях. Все больше российских граждан, связанных с реальным производством, осознают простую вещь: в России, как в экспортере нефти, газа, угля есть только две вполне самодостаточных, способных существовать без государственной поддержки отрасли – это добыча и реализация сырья, а так же торговля ответным импортом.

Список использованных источников и литературы

1. Генеральная прокуратура и Контрольное управление представили президенту результаты проверки государственных корпораций [Электронный ресурс] // События: Президент России. 2009. URL: <http://www.kremlin.ru/news/5965/> (дата обращения 23.03.2013).
2. Государственные корпорации в России. Справка [Электронный ресурс] // Сетевое издание «РИА Новости» зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. 2012. URL: <http://ria.ru/economy/20090807/180096090.html#ixzz2OiAiSfNG/>
3. Тихомирова М.Ю. О некоммерческих организациях. Комментарий к Федеральному Закону. Второе издание, дополненное и переработанное. – М., 2000. – 371 с.
4. Степанова Е.Ю. Об эффективности деятельности государственных корпораций в условиях экономического кризиса // Управление общественными и экономическими системами, 2009. – № 2

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ТРУДА

Хоменко И.С., ст. преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Понятие качества труда известно в истории трудовых отношений издревле. Оно появилось на стыке экономикой и правой наук. Но в научной литературе это понятие обосновалось благодаря развитию в США нормирования, а позже и видов стимулирования труда. На заводах Хаммера и Ллойда использовалось «оценка по заслугам» – это вид оценки качества труда. В начале 20 века ее апробировали во Франции и Великобритании, а затем и в других странах. Оценка качества труда получила широкое распространение в промышленности, торговле и сфере услуг. Называли оценку качества труда по-разному: система бездефектного труда, система управления качеством труда. Для ее измерения разработали коэффициент трудового участия (КТУ), который в настоящее время называют коэффициентом трудовой эффективности (КТЭ).

Оценка качества труда в России применяется в основном, как средство стимулирования труда - в распределении коллективной премии между работниками.

Коэффициент трудовой эффективности рассчитывается с помощью повышающих и понижающих значений соответствующих коэффициентов. Так, повышающими значениями трудовой эффективности могут быть: увеличение объема работы за счет роста производительности труда; работа с использованием обоснованных норм труда; получение призовых мест на смотрах и конкурсах по совершенствованию организации труда; внедрение рацпредложений; участие в движении наставничества и др.

Понижающими значениями трудовой эффективности могут быть: некачественное выполнение профессиональных обязанностей; низкое санитарное состояние рабочего места; нарушение сроков выполнения заданий; выработка некачественной продукции; небрежное отношение к оборудованию; нарушение трудовой дисциплины и др.

Организации и их структурные подразделения разрабатывают свои показатели качества труда в соответствии с особенностями вида трудовой деятельности. Все показатели, основания и критерии применения коэффициентов устанавливаются в положении о КТУ (КТЭ), положении об оплате труда или иных локальных актах организации. Каждый показатель имеет свою количественную оценку, выраженную в баллах, или коэффициентах. За единицу принимается нормальное значение качества труда. Руководитель подразделения на основе имеющегося перечня повышающих и понижающих значений коэффициентов качества труда ведет их фактический учет. По итогам отчетного периода эти оценки обобщаются и рассматриваются на общем собрании коллектива. Протокол собрания с утвержденными оценками представляется в бухгалтерию для учета при начислении заработной платы. В зарубежной практике оценка качества труда применяется с целью фиксации и развития личностных качеств работника. Такой подход продиктован тем обстоятельством, что за организацию труда и выполняемые работником трудовые функции больше отвечает менеджер, чем сам работник. А для работника важно развитие необходимых ему для трудовой деятельности личностных качеств. Следовательно, оценка по заслугам применяется с целью: изучения личностных качеств работника; улучшения профессиональных качеств работника путем поощрения его участия в системе подготовки и повышения квалификации; продвижения по службе и перемещения на другую работу; установления доплат и премий; выявления работников, не отвечающих требованиям организации.

Как правило, при построении системы оценки качества труда используют небольшое количество показателей от 4 до 20. Применение большого числа критериев мешает учету и усложняет их восприятие. Показатели системы оценки качества труда должны легко определяться и быть универсальными, т. е. присущими большинству работников. Но при этом важно, чтобы они были характерны для данного вида работы. Имеются и типовые критерии, которые применяют большинством организаций. К ним относятся: мастерство и инициативность, ритмичность в работе, стабильно высокая интенсивность труда, владение смежными профессиями, участие в рационализаторской и изобретательской деятельности. Следует отметить также такие критерии, как приспособляемость, сотрудничество, надежность, бережливость, сообразительность, отношение к оборудованию и средствам труда, знание дела, соблюдение правил техники безопасности. Выбор и обоснование критериев оценки по заслугам происходят на основе методов психологии и физиологии труда, математической статистики и ряда других наук.

Основными методами учета критериев для оценки по заслугам являются:

1. классификация (в порядке возрастания значений)
2. сравнение с эталоном;
3. система попарного сравнения;
4. использование произвольных письменных характеристик;
5. применение учетных карточек;
6. метод заданной группировки;
7. метод свободного выбора;
8. метод вынужденного выбора оценочных характеристик.

Применение оценки по заслугам в целях материального стимулирования в организации, как правило, производится на основе статистического взвешивания показателей, характеризующих личностные качества, и объединения их в группы. Таких групп несколько.

В современной России, возможности применения метода оценки качества труда, значительно расширены. Учет качественной стороны процесса труда принимают все более разносторонний характер. Оценка качества труда применяется не только для развития и стимулирования уже нанятых работников, но и при отборе претендентов при трудоустройстве, в процессе собеседования и тестирования. В зарубежной практике получило распространение понятие «нормальный результат труда» – это расчетный показатель, который служит базой для оценки труда. Данный показатель представляет собой результат работы, который может быть достигнут работником, пригодным к ее выполнению, прошедшим обучение и имеющим достаточный опыт её выполнения, затрачивающим на выполнение работы определенные трудовые усилия, не нанося при этом в течение длительного времени вреда своему здоровью.

Оценивая в целом различные школы и концепции трудовой мотивации персонала, следует отметить, что ряд их положений и рекомендаций содержат в себе значительные резервы повышения эффективности трудовой деятельности. Таковым является представление школы «человеческих отношений» об усилении роли социально-психологических факторов в мотивации трудового поведения. Так, отношения между работниками организации существенно влияют на конечные результаты труда. Используя социально-бытовые стимулы можно в значительной степени управлять поведением работника. Своевременное признание достижений в труде создает психологический микроклимат для работников, воодушевляет работать их с еще большим энтузиазмом.

Основные положения метода «обогащения работ», концепции «социальных систем» о необходимости поиска путей наиболее полного сочетания интересов индивида и организации. При совпадении которых отпадает необходимость постоянно побуждать к эффективному труду, а остается

лишь функция наблюдения и корректировки трудовой деятельности. Работник непосредственно отождествляет себя с организацией, на которой он работает и осознает важность своего труда.

Регулирование методов воздействия на персонал в зависимости от складывающейся на производстве ситуации, о необходимости постоянного изучения поведения работников в процессе труда. Разные ситуации предполагают и разные подходы для их решения, а учитывая психологическую неоднородность работников, картина заметно усложняется. Появляется необходимость в комплексной системе стимулирования труда, дающей возможность эффективно воздействовать при любых сложившихся ситуациях. Наиболее характерными здесь являются японские методы стимулирования персонала, способствующие достижению поразительных результатов в развитии производства по различным направлениям. Дальнейшее совершенствование в этом направлении происходит в изучении накопленного международного опыта. Кроме того, успех может принести практика сочетания в применении имеющихся методов для получения нового качественного результата в стимулировании труда, а именно: создание и пропаганда в организационной культуре высокого качества труда и должное ее поощрение; идентификация личности работника с целями и задачами организации; раскрытие у работника чувства ответственности за свои поступки.

Все эти факторы в процессе труда неразрывно связаны и имеют общие цели, как для работника, так и для работодателя. Качество труда прямо связано с нормами труда, так как по результатам их выполнения определяются количественные показатели для оплаты труда. И наоборот, разработанные виды стимулирования труда в организации воздействуют на поведение работника в процессе труда. Так как нарушение дисциплины труда может повлечь применение понижающих коэффициентов при начислении заработной платы. В каждой организации ведется работа по повышению эффективности труда, а значит, над его качеством.

Список использованных источников и литературы

1. Беляцкий Н.П., Велеско С.Е., Ройш П. Управление персоналом. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2000. – 252с.
2. Гаврилова А.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие – М.: КНОРУС, 2007. – 432с.
3. Харрингтон Дж.Х. Управление качеством в американских корпорациях/ Сокр. пер. с англ.; Авт. вступ. ст. и науч. ред. Л.А. Конарева. – М.: Экономика, 1990. – 237с.
5. Чернышев Б.Н., Горфинкель В.Я. Экономика организации. – М.: Экономика, 2008. – 535с.

СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ СУБЪЕКТ ОКАЗАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Челпанов Ю.С., Неупокоева Г.С., Попова А.И., студенты

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Статья написана в рамках реализации Проекта ГПО ИСР-1202 – Систематизация алгоритмов и технологий решения социальных проблем

В современной России идет поиск эффективных средств социальной защиты населения, но социальные услуги сегодня в основном оказываются государственными органами. Тем не менее, наблюдается тенденция разделить эту ответственность, что связано с развитием третьего сектора. А данный процесс указывает на формирование гражданского общества, для которого характерно стабилизация общественных отношений и процессов. В Томской области за последний год наблюдается рост числа некоммерческих организаций. По данным Министерства юстиции в настоящее время в Томской области насчитывается 1527 зарегистрированных некоммерческих организаций [1], ведущих свою работу преимущественно в таких направлениях, как добровольчество, защита детства, здоровье и спорт, социальная защита населения и т.д. В основном деятельность НКО сводится к написанию и реализации проектов, подаваемых на различного рода конкурсы, что и составляет финансовую основу деятельности организаций. В большинстве случаев мероприятия, проводимые в рамках этих проектов, представляют собой социальные услуги. Так как для многих НКО основным источником финансирования является грантовый конкурс, бывает, что они вынуждены представлять социальные услуги, как отдельные мероприятия проектной программы.

Деятельность некоммерческих организаций многообразна и захватывает различные сферы жизни общества. Наиболее актуальными направлениями являются – студенческие профсоюзы, работа с инвалидами, спорт и здоровье и благотворительная деятельность, работа с мигрантами и работа с детьми.

В процессе мониторинга проектов конкурса «Новая молодежная политика» и контекстного анализа отчетов Областного грантового конкурса по поддержке СО НКО Томской области более подробно были изучены три направления (дети и подростки с девиантным поведением, мигранты, выпускники детских домов). В рамках первого направления одной из таких услуг является организация досуга. Здесь подразумевается летний отдых в лагерях, посещение объектов культуры, проведение кружковой работы и т.п. Следующая немаловажная услуга это консультирование, в ходе которого

оказывается психологическая поддержка подростков, ведется работа социальных педагогов, может вестись консультирование и по правовым вопросам. Следующая услуга это профориентационная работа, в ходе которой происходит получение новых профессиональных навыков. Еще необходимо сказать и о таких услугах, как медико-социальное сопровождение детей и подростков по технологии междисциплинарного ведения случая, где подразумевается тесная работа единой командой специалистов, и индивидуальная и комплексная психологическая помощь.

В рамках направления, посвященного выпускникам детских домов, также был выявлен ряд социальных услуг, предоставляемых данной целевой группе. Здесь следует отметить, что проектная деятельность организаций, отобранных для мониторинга, многообразна, затрагивает различные сферы жизни, и нельзя говорить о приоритете одной над другой. Одна из услуг, это организация мероприятий, направленных на воспитание и оздоровление детей (спортивный турнир по футболу, приобретение воспитанниками навыка преподнести подарки, которые они сами сделали представителям старшего поколения, обучение основным правилам этикета). Следующий комплекс услуг направлен на культурное просвещение социальных сирот (выполнение поделок, выставка в музее деревянного зодчества композиций и картин, сделанных на занятиях). Также не маловажными социальными услугами являются – предоставление правовых и психологических консультаций (консультации с психологом и юристом, проведение тренингов по профориентации, создание регламента по оказанию социально-правовой, психологической и педагогической помощи женщинам, молодым мамам и беременным, общение и поддержка).

В процессе изучения деятельности общественных организаций в направлении, посвященного работе с мигрантами, также были выделены некоторые социальные услуги. Эти услуги направлены на две сферы – обучение и развлечение. К первой сфере относятся мероприятия, направленные на разъяснение мигрантам особенностей региона и помощь в обучении местным правилам – консультирование (юридическое, психологическое, разъяснение норм поведения в данном обществе и т.д.), обучение русскому языку, помощь в трудоустройстве и т.д. Вторая сфера включает в себя организацию досуга – к ней можно отнести как направленные на небольшие группы (например, посещение объектов культуры), так и очень крупные мероприятия вроде разнообразных национальных праздников.

Зачастую некоторые НКО, участвуя в грантовом конкурсе, рискуют не получить денег на реализацию своего проекта, тем самым предоставление социальных услуг происходит не в полной мере, что и вызывает определенные трудности. Выходом здесь видится разделение финансирования Областного конкурса на конкурс социальных услуг и конкурс проектов, где появится возможность предоставления средств новым проектам, а так же получению денег на дальнейшую поддержку социальных услуг, которые приобрели систематичность предоставления. Конкурс социальных услуг и дальнейшее их оказание может выступать хорошей перспективой развития всего некоммерческого сектора в целом. Но для качественного предоставления услуги необходимо четкое понимание всех ее этапов оказания и регламентация. И так как потенциал некоммерческих организаций не до конца раскрыт, их сложно назвать полноценным субъектом социальной сферы. Одним из путей решения этой проблемы может стать заказ на оказание социальных услуг. Для этого НКО необходимо стандартизировать свои услуги.

Под понятием стандартизации понимается деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных, так и рекомендуемых для выполнения, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг органов государственной власти, а именно приобретение услуг надлежащего качества, с приемлемыми издержками, а также право на безопасность и комфортность труда производящего услуги и взаимодействия производителя и потребителя. Стандартизация призвана обеспечивать развитие добросовестной конкурентоспособности продукции (работ, услуг), выпуск и обращение инновационной и высокотехнологичной продукции, повышение уровня безопасности продукции и ее качества, защиту жизни и здоровья граждан, охрану окружающей среды, жизни и здоровья животных и растений [1]. Для конкурса социальных услуг организации смогут разработать стандарты оказания услуг, для совершенствования процесса обслуживания и обеспечение качества оказания социальных услуг. Это позволит им самостоятельно устанавливать порядок разработки, утверждения, контроля, реализации и отмены стандартов. Так, в Великобритании создана специальная инспекция социальных служб для совершенствования стандартов и повышения качества оказываемых услуг, повышения эффективности работы. Инспекция, разрабатывая стандарты, учитывает опыт разных регионов страны, различных групп потребителей и лиц ухаживающих за ними, общественных организаций [2]. Нужно отметить, что национальные стандарты не могут содержать в себе все необходимые требования, они не могут учитывать специфику отдельного региона, поэтому наряду имеет смысл разрабатывать и выявлять принципы формирования стандартов региона или организации.

Во многом успешная деятельность НКО зависит от неумения заниматься привлечением средств от спонсоров, т.е. организации не владеют методами оперативного фандрайзинга. Эта технология проходит не очень успешно, но это достаточно перспективная сфера деятельности НКО, так как

некоторые бизнес структуры также заинтересованы содействовать оказанию социальных услуг, как и государство.

Значимость деятельности некоммерческих организаций заключается в том, что третий сектор выступает дополнительным ресурсом социальной защиты населения. Развивая менеджмент, некоммерческие организации могут стать серьезным субъектом социальной сферы, тем самым вызвать доверие у государственных и бизнес структур. А это в свою очередь позволит НКО участвовать в конкурсах на государственный заказ, развивать платные социальные услуги и благотворительность, делая уровень жизни населения выше.

Список использованных источников и литературы

1. О деятельности некоммерческих организаций. Информационный портал Министерства юстиции Российской Федерации [Электронный ресурс]– URL: <http://unro.minjust.ru/NKOs.aspx>

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ПРАВОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЧЕРЕЗ ВВЕДЕНИЕ В ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ НА НАЧАЛЬНЫХ ЭТАПАХ НОРМ ПРАВА С ЦЕЛЬЮ СНЯТИЯ В ОБЩЕСТВЕ ПРАВОВОГО ОТЧУЖДЕНИЯ

Черняева Е. Е., аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

«Незнание закона не освобождает от ответственности...». Однако, логично было бы спросить: где обыватель, среднестатистический человек может изучить законодательство своей страны в той мере, которая помогла бы ему принять важные решения в ситуациях, в которых необходимо правильно выбрать нужную статью какого-либо закона и, самое главное, правильно ее применить? К сожалению, далеко не у каждого человека (скорее, у исключений) есть возможность регулярно обращаться к юристу. Многие из нас даже не задумываются об этом. Несмотря на это, мы часто сталкиваемся с ситуациями, где должны применить свои знания права и закона: политические выборы различного уровня (проходят иногда несколько раз в год), подписание договоров с различными организациями (управляющие компании, образовательные учреждения, различные сервисные и банковские организации и т.п.). Зачастую, мы даже не читаем те документы, которые нам необходимо подписать, надеясь на честность и надежность наших партнеров. Однако, если ситуация начинает разворачиваться не лучшим образом: выясняется, что мы стали жертвой недобросовестных партнеров, а иногда и мошенников, мы в первую очередь начинаем обвинять в сложившейся ситуации не себя (не ознакомившись с документами или не увидевшего там нарушений), а именно тех, кому доверились. Хотя взрослый и сознательный человек, в первую очередь, должен понимать, что ответственность всегда лежит не на ком-либо, а на нем самом.

Несомненно, нам дается некий общий материал в школе о законодательстве и политическом устройстве нашей страны, о правах и нормах нашего общества. Все это мы можем узнать на уроках обществознания/обществоведения в старших классах. Однако, зачастую это лишь общие знания, которые могут помочь нам увидеть общую ситуацию, но не могут дать ответ в конкретном случае.

Таким образом, мы сталкиваемся с низким уровнем правосознания нашего общества, что является одним из факторов возникновения правового нигилизма и правового отчуждения. Напомним, что правовой нигилизм – целое направление общественно-политической мысли, отрицающей социальную и личностную ценность права, называющей данное явление наименее совершенным способом регулирования общественных отношений. Как социальный феномен, как свойство общественного, группового и индивидуального сознания, правовой нигилизм имеет различные формы проявления: от равнодушного, безразличного отношения к роли и значению права через скептическое отношение к его потенциальным возможностям до полного неверия в право и явно отрицательного отношения к нему. Наличие же правовой алиенации не дает обществу и стране полноценно развиваться и жить согласно законам равенства, свободы и справедливости – одним из важнейших жизненных ценностей.

Препятствовать развитию правового отчуждения должен обратный процесс, а именно: повышение правовой грамотности и, следовательно, правосознания каждого отдельного человека, каждого члена общества. Курс на дальнейшую демократизацию общественной жизни и создание правового государства предполагают гораздо большую ориентацию на использование правового сознания как средства социального регулирования юридически значимого поведения гражданина.

Правовая культура – это реализованная в повседневной жизни система знаний о праве и государстве, иначе говоря, это реализованное правосознание. Поэтому можно сказать, правосознание – это фундамент, внутренняя основа правовой культуры, как убеждения людей – основные предпосылки их поступков.

Определить уровень правовой культуры можно по нескольким показателям: уровень правосознания населения; степень развития правовой деятельности; общее состояние всей системы правовых актов.

Правовая культура общества является условием обеспечения свободы, безопасности личности, прав человека, гарантом его правовой защищенности, гражданской активности. Она «заставляет» власть

придать правовому статусу человека юридическую значимость, обеспеченность законом и судом. Правовая культура личности – это компонент правовой культуры общества. Она отражает степень и характер ее прогрессивного развития, обеспечивающего социализацию личности и правомерную деятельность индивида.

Ввиду важности правильного курса развития правосознания и необходимости его соответствия должному уровню, следует учитывать это на всем протяжении формирования сознания личности: с момента его рождения до становления полноценным членом общества. Именно закладка правильного «фундамента» в сознание индивида является залогом его успешного развития как правовой личности.

Постигать основы норм права необходимо с раннего возраста. Еще в школьные годы необходимо грамотно и в достаточном объеме давать необходимую информацию для формирования именно правового сознания, личного отношения индивида к данной сфере его жизни.

Правовое воспитание должно быть поэтапной, серьезной, целенаправленной деятельностью государственных органов и общественности по формированию у граждан и должностных лиц правосознания и правовой культуры.

В современном обществе можно выделить такие основные направления правового воспитания: формирование правосознания и правовой культуры в семье; обучение основам права и воспитания правовой культуры в школе; профессиональная правовая подготовка в высших учебных заведениях юридического (и родственного) профиля; самовоспитание; распространение правовых знаний средствами массовой информации; выпуск и распространение через розничную торговлю различной юридической литературы; осуществление правовой пропаганды государственными органами и их должностными лицами; создание компьютерных баз данных, распространение правовой информации через Интернет и т.п.

Основной целью правового воспитания индивидов должно являться формирование в правосознании граждан России такой совокупности, которая включала бы:

1. Знание системы основных правовых предписаний, правильное понимание их содержания и смысла.
2. Глубокое внутреннее уважение к праву, законам и правопорядку.
3. Умение самостоятельно применять правовые знания на практике, согласовывать повседневное поведение и личное отношение к реальной действительности, свою практическую деятельность с полученными правовыми знаниями.
4. Привычка поведения в точном соответствии с полученными правовыми знаниями.
5. Прочный и устойчивый духовный правовой иммунитет (невосприимчивость) к совершению любых нарушений правовых норм.

Одним из методов грамотного правового воспитания, закладывающего именно основы правового правосознания, понимание их необходимости, является изучение права в обязательном порядке школьниками старших классов или студентами младших курсов по специальной программе, имеющей своей целью именно развитие правосознания формирующейся личности. Известно, что высокое качество фундамента является залогом успешного строительства и жизни всего здания. Знание основ права и умение их применять в повседневности считаем именно так называемым фундаментом всей человеческой жизни, одной из ее главных основ.

На основе анализа программы уроков обществоведения / обществознания, а также общения с педагогами, ведущих данные предметы в школьных стенах, сформировалась идея разработки программы обучения, основанной на таких дисциплинах, как психология права и личности, социология, международное право (сводный анализ), этика, история права и т.п. Результатом данного курса является формирование у индивидов понимания значения права в жизни каждого отдельного человека, ценность каждого индивида в мире права, умение правильно применять правовые нормы и строить свою жизнь в соответствии с ними и т.п.

Правовое воспитание тем важно, что в повседневной жизни сознание каждого индивида проявляется через его деятельность в различных сферах общественной жизни. Именно правосознание, господствующее в обществе, позволяет обеспечить наиболее благоприятные условия для развития как самого общества в целом, так и для каждого отдельного гражданина. В тоже время правовое воспитание позволяет исключить деформацию правосознания и появление правового нигилизма, что особенно важно в отношении у специальной группы общества, выполняющей функции государственного управления.

Изучение же основ права с юных лет позволит формирующейся личности развить свое сознание таким образом, чтобы построить всю последующую жизнь в соответствии с правовыми нормами того социума, в котором ей предстоит жить и работать. Такая ситуация поможет искоренить проявление правового нигилизма или же значительно его снизить. Также несомненным следствием будет снятие или уменьшение правового отчуждения в обществе, что позволит как стране в целом, так и каждому ее жителю в отдельности проявить весь свой потенциал в целях развития и улучшения своей деятельности, что, несомненно, приведет к высоким показателям улучшения общего состояния общества.

Список использованных источников и литературы

1. Алексеев С.С. Общая теория права: В 2-х т, Т. I. – М.: «Юридическая литература», 1981. – С.214

2. Бабурин С.Н. Современные проблемы российской государственности: территория и гражданство // Государство и право. – 1996. – № 11.
3. Дроздов А.В. Человек и общественные отношения. – Л.: изд-во ЛГУ, 1966. – 132 с.
4. Нерсесянц В.С. Философия права. – М.: Издательская группа ИНФРА-М, 1997. – 652 с.
5. Фарбер И.Е. Правосознание как форма общественного сознания. – М, 1963.

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ ГЕРМАНИИ «MEETING & EVENTBAROMETER» И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДАННОГО ФОРМАТА ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Чибир Е.В., ассистент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время всё более актуальным становится изучение рынков новых, но уже успевших себя зарекомендовать. К таким рынкам в частности относится рынок специальных событий [1.Р.3]. И если в зарубежных странах, таких как Германия, Великобритания, США, Китай, сложились свои методологии исследования на общегосударственном уровне рынка специальных событий, то в нашей стране изыскания проводятся исключительно на уровне частных маркетинговых агентств. Явная заниженность показателей развития данного рынка и ограниченность круга вопросов, освещаемых в рамках проводимых исследований, делают востребованным обращение к западным аналогам и поиска комплексной методологии исследования данного сегмента экономики, оптимального для изучения российского рынка специальных событий.

Из зарубежных методологий исследования рынка специальных событий наиболее комплексной можно считать исследование Европейской ассоциации центров специальных событий (European Association of Event Centres) «Барометр встреч и специальных событий» (Meeting & EventBarometer) [2]. Данное исследование проводится ежегодно и анализирует индустрию специальных событий Германии.

В первую очередь анализируются показатели доходности индустрии специальных событий и распределение доходов данной сферы экономики в зависимости от направления специальных событий. Так в отчете 2012 года представлены три основных статьи дохода рынка специальных событий: традиционный бизнес-туризм, посещение конференций /конвенций и выставок/ торговых ярмарок. Также проводится сравнительный анализ динамики количества проводимых на территории Германии специальных событий с уровнем посещаемости этих событий с 2006 по 2011 год. Наглядность материалов подкреплена педантичностью собранных данных и выглядит впечатляюще.

Несомненно важными являются выводы по средней продолжительности проводимых специальных событий, что дает возможность организаторам таковых планировать оптимальное время длительности. Также актуальными являются выводы по локализации специальных событий. Так, согласно представленным данным наибольшей популярностью в Германии пользуется проведение конференций в отелях в противовес проведению событий на специально отведенных для них площадках и выставочных и бизнес-центрах.

Следующая информация, анализируемая исследователями, представляет собой сравнительный анализ доли различных типов специальных событий в общем объеме проведенных в стране мероприятий. Причем представленный анализ приводит данные как за 2012, так и за 2011 год в виде двух круговых диаграмм. Лидирующий тип рынка специальных событий Германии являются – семинары, деловые встречи, конвенции. Помимо общего анализа доли различных типов специальных событий, в исследовании приведены процентные соотношения по типам специальных событий в зависимости от их локации. И если в отелях и выставочных центрах большинство проводимых специальных событий относится к семинарам, деловым встречам и конвенциям, то на специализированных площадках представлены в основном социальные, спортивные, культурные и прочие мероприятия.

В рамках проводимого исследования специальные события подразделены в зависимости от уровня посещаемости. Выделены следующие группы:

- 20–50 посетителей
- 51–100 посетителей
- 101–250 посетителей
- 251–500 посетителей
- 501–1000 посетителей
- 1001–2000 посетителей
- 2001 – 5000
- 5000 +

В ходе проведенной группировки специальных событий, немецкими исследователями были сделаны выводы о наибольшей популярности специальных событий, представленных в первых трех группах и заключенных в общие границы от 20 до 250 посетителей. Также исследователями отмечается рост общего количества участников специальных событий по сравнению с предыдущим годом, что также

делается на основании собственного исследования и собранных данных. Сравнение количества участников различного типа специальных событий позволяет сделать вывод о более активной посещаемости спортивных и культурным мероприятий Германии вне зависимости от места проведения специального события.

Помимо выше приведенных направлений анализа, в исследовании Европейской ассоциации центров специальных событий (European Association of Event Centres) «Барометр встреч и специальных событий» (Meeting & EventBarometer) приводится процент международных мероприятий, обслуживаемых на вариативных площадках Германии. Исследователями отмечается рост событий, локализованных на специальных площадках и в выставочных центрах, в то время как число мероприятий проводимых в отелях в 2012 году упало по сравнению с предыдущим годом.

Не менее скрупулёзно, чем предыдущие категории, исследованы и другие важные показатели развития сферы. Так, проанализировав предприятия различных видов экономической деятельности, исследователи выделили те сферы экономики, которые наиболее часто прибегают к специальным событиям как маркетинговому инструменту.

Больше всего заказчиков немецкая индустрия специальных событий находит на рынке банковских и страховых услуг, на втором месте базируются представители медицинской и фармацевтической промышленности, далее располагается сфера услуг и торговля. Надо отметить, что в отчете обозначены с наименованиями 10 направлений экономической деятельности, в то время как остальные зашифрованы в гистограмме в графе «Иные виды деятельности».

Также анализируются сами организаторы специальных событий на момент их национальной принадлежности. Исследователями, в частности, делаются выводы, что наибольшее количество являются представителями англоговорящих стран, таких как Великобритания и США. Но в случае анализа общего числа организаторов специальных событий Германии, более половины из них располагаются на территории страны, и ещё четверть находится в Европе. На долю организаторов, дислоцирующихся за пределами Европы, приходится не более 24% всех организаторов.

Помимо всех выше приведенных критериев, интересным является анализ поведения заказчика на рынке специальных событий: так было выявлено, что 2/3 заказчиков предпочитают взаимодействовать напрямую с поставщиками услуг, обходя посреднические предложения агентств по организации специальных событий.

Не менее важным является анализ среднего бюджета мероприятия. Анализ динамики данного показателя продемонстрировал рост бюджетов специальных событий различных типов в сравнении с предыдущим годом.

Обращение к таким критериям как количество мероприятий, проводимых в Германии, их посещаемость и уровень бюджетов не даёт возможности оценить территориальную дифференциацию популярности. Поэтому в рамках исследования также оценивается популярность регионов страны. Выявлен наиболее востребованный регион – Бавария, и наиболее посещаемый в ходе специальных событий город – Берлин. Также популярность оценена сквозь призму ландшафтной специфики регионов. Были выявлены наиболее посещаемые территории в категориях: «Низменности и прибрежные районы», «Плоскогорья», «Альпы и склоны Альп».

На основании выше изложенной аналитики и оценок участников рынка специальных событий, исследователями сформированы прогнозы по развития сложившихся тенденций в рамках представленных категорий в будущие временные периоды. Более того, помимо прогнозов основных показателей развития данного сегмента экономики в будущем, произведена оценка динамики социальной ответственности. Было выявлено, что больше 40% представителей индустрии специальных событий уже сейчас придерживаются высоких стандартов, как социальной, так и экологической ответственности и этот процент в будущем будет только увеличиваться.

Экологичность и «зеленая» ориентация проводимых мероприятий ещё одна тема, затронутая в ходе исследования. Проводимые в ходе исследования опросы также выявили проблему соответствия специализации агентств по проведению специальных событий востребованным видам специальных событий предприятий, представленных в регионе. Более того, исследователями сделан вывод о недостаточности коммуникационных процессов между представителями реального сектора экономики и сфера специальных событий.

Также важными для дальнейшего развития рынка специальных событий Германии являются полученные в ходе исследования данные по рынку трудовых ресурсов данной отрасли. Отраженные в отчете требования к современным представителям индустрии специальных событий, а также к компетенция, которыми должны обладать специалиста данного направления дают возможность для последующего диалога между event-агентствами и соответствующими учебными заведениями.

Ещё одним важным пунктом исследования стало изучение обращения к интернет-источникам и порталам заказчиков специальных событий. Исследователями отмечается высокая значимость Интернета как канала коммуникации, в особенности социальных медиа. Почти все представители рынка специальных событий Германии используют социальные медиа для взаимодействия с заказчиком. Среди них, согласно отчету, лидируют Facebook, LinkedIn и Twitter.

Таким образом, подводя итог, можно сделать вывод о всесторонности и проработанности методологии изучения рынка специальных событий Германии. Это связано, прежде всего, с тщательной работой, проводимой представителями индустрии в области исследования данной сферы и оценки показателей специальных событий, проводимых на территории страны.

Если сравнивать уровень исследования Европейской ассоциации центров специальных событий и проводимые в нашей стране исследования маркетинговых агентств «Амико» [4] и «Step-by-step» [3], то в последних не представлено и одной трети информации немецкого исследования. Ограниченность источников получения информации, закрытость информации со стороны, как представителей рынка специальных событий, так и их заказчиков, противоречивость статистических источников делают практически невозможным проведение комплексного исследования в обозначенном сегменте экономики.

В российских исследованиях представлена только верхушка айсберга под названием «Рынок специальных событий РФ», что требует дальнейшей работы в этом направлении, популяризации открытости участников рынка и изменения уровня и направленности проводимых опросов и изысканий. Это необходимо не только для признания мировой общественностью и укрепления имиджа страны, но и для привлечения дополнительных инвестиций и развития рынка специальных событий страны.

Список использованных источников и литературы

1. Events management G. A. J. Bowdin, Johnny Allen, William O'Toole. – Oxford ; Burlington : Elsevier Butterworth-Heinemann. – 2006. – 510 p.
2. Meeting- & Event Barometer Germany 2012 / Study of the congress and event market in Germany. – Frankfurt. – 2012. – URL: http://www.germany.travel/media/pdf/dzt_marktforschung/MEBa_EN_2012.pdf
3. Маркетинговое исследование и анализ рынка event-услуг. – М.: МА Step-by-step. – 63 с.
4. Российский рынок event-услуг // Маркетинговое исследование. – М.: Амико, 2010.– 66 с.

ПРАВОВОЙ СТАТУС ГЛАВЫ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 1990-Х–2000-Х ГГ.

Ширко Т.И., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В советский период российской истории руководство республиками, краями, областями, автономными образованиями в РСФСР осуществлялось на основе чрезвычайно централизованной системы управления. С началом перестроечных реформ в 1985 г. перед руководством страны была поставлена задача осуществления общей управленческой реформы, обновления системы Советов и повышения их роли в системе управления страной. Но первый опыт деятельности системы Советов весной-летом 1990 г. показал неэффективность созданной политической системы, и к осени 1990 г., в связи с подготовкой экономической реформы, вновь актуальным становится вопрос о необходимости реформирования органов исполнительной власти всех уровней управления.

В сентябре 1990 г. демократы, члены депутатской фракции «Демократическая Россия» в республиканском парламенте, настаивающие на ускоренной модернизации России по западно-европейскому типу, предложили сформировать исполнительную власть на принципах разделения властей, выделив её из власти представительной и образовать новую вертикаль власти – исполнительную, наделенную собственной компетенцией. В январе 1991 г. Г.Х. Поповым, председателем Моссовета, была разработан соответствующий проект организации местной власти, важной частью которой становилась исполнительная власть, глава которой избирался населением [1].

Предложенная демократами концепция организации исполнительной власти в конце 1990 – нач. 1991 г. неоднократно обсуждалась в постоянных комитетах Верховного Совета РСФСР, встречах и совещаниях с представителями местных Советов всех уровней и была принята за основу. В итоге, в феврале 1991 г., наряду с подготовкой Закона о введении поста Президента РСФСР как главы исполнительной власти, началась подготовка законопроектов «О местном самоуправлении» и «Об управлении краем, областью», определявших систему власти на разных уровнях управления.

В законопроектах проектах, подготовленных к апрелю 1991 г., вместо коллегиального исполнительного комитета было предусмотрено создание администрации, как органа исполнительной власти, возглавляемого его руководителем – главой администрации. Но если в Законе «О местном самоуправлении» была предусмотрена концепция всенародно избираемого главы администрации, то положения проекта Закона «Об управлении краем, областью» закрепляли процедуру назначения главы администрации Президентом РСФСР по согласованию с Советом народных депутатов. Осторожность законодателей по отношению к прямым выборам главам администраций краёв и областей была связана с решением стратегического вопроса для формирующейся на новых принципах российской власти. Региональный уровень управления был признан важнейшим, в силу федеративного устройства государства, а органы исполнительной власти краёв и областей реализовывали важнейшие функции по управлению народным хозяйством на местах, являясь связующим звеном между местным

самоуправлением и Центром. Поэтому, вопрос, кто будет контролировать деятельность исполнительной власти в регионах – система Советов, исходя из основ советской государственности или Президент, как глава исполнительной власти, действующий в рамках разделения властей, был принципиально важным.

В апреле-июне 1991 г. Президиумом Верховного Совета РСФСР был принят ряд документов, разрешающий проведение 12 июня 1991 г. в качестве эксперимента, одновременно с выборами Президента РСФСР, в городах Москве, Ленинграде и Северодвинске Архангельской области прямых выборов глав администраций (мэров) этих городов. В обеспечение деятельности нового института Верховным Советом РСФСР были изданы акты, регламентирующие их деятельность и определен глав администраций в системе местных властных институтов. К примеру, мэр г. Москвы объявлялся правопреемником исполнительного комитета Московского, Зеленоградского и районных горсоветов и главой исполнительной власти г. Москвы [2].

Учитывая итоги прошедших выборов, в июле 1991 г. был принят Закон о «О местном самоуправлении», закрепивший модель выборного главы администрации, а работа над законом «Об управлении краем, областью» продолжала сдерживаться в связи с нерешенностью вопроса о прямых выборах глав исполнительной власти в краях и областях. Но в итоге, в августе 1991 г., в чрезвычайных условиях путча, было принято решение о проведении ускоренной реформы исполнительной власти и введения актами Верховного Совета и Президента РСФСР в краях и областях уже разработанной модели главы администрации, назначаемых Президентом РСФСР.

В обеспечении принятых решений был принят ряд законодательных актов и указов Президента, обеспечивающих реализацию главами администраций своих полномочий. Но, несмотря на попытку органов государственной власти упорядочить систему исполнительной власти, в этих актах, правовой статус глав администраций в системе местных управленческих институтов оставался неопределенным. В документах прослеживалась тенденция совмещения принципов «полновластия Советов» и разделения властей и поэтому, определялось, что глава администрации входит в систему исполнительной власти России и является частью её вертикали, но одновременно находится вне рамок разделения властей и осуществляет только исполнительно-распорядительные функции государственного управления [3]. В итоге, такой был подход закреплён и в законе РСФСР от 5 марта 1992 г. «Об областном, краевом Совете и областной, краевой администрации», которым администрация была объявлена исполнительным органом государственной власти и одновременно органом государственного управления, а глава администрации получил статус руководителя администрации [4].

«Политика компромисса» между исполнительной и законодательной ветвями власти нашла свое отражение и в разработанной процедуре назначения главы администраций краёв и областей. Первоначально назначения осуществлял сам Президент, но Верховный Совет настоял на согласовании кандидатуры на пост главы администрации с соответствующим Советом и народными депутатами РСФСР. После стабилизации социально-экономической и политической ситуации в республике планировалось перейти к выборной системе формирования института глав администраций.

В условиях неопределенности статуса глав администраций в системе государственной власти, противостоянии Президента и Верховного Совета за контроль над деятельностью Правительства в 1992–1993 гг., их значение и роль как руководителей регионов продолжали возрастать, что неизбежно привело к ослаблению централизации власти. В условиях развивающегося конфликта политическая конъюнктура требовала от Президента и Верховного Совета идти на уступки главам администраций, обеспечивая себе политическую поддержку властных органов субъектов Федерации. К примеру, Президент вынужден был всё чаще обращаться за поддержкой к региональным органам власти, поощряя в ответ стремление республик, краёв и областей к созданию различных организаций, отстаивающих свои интересы перед федеральным центром. Одним из таких объединений стал созданный 17 ноября 1992 г. Союз губернаторов, в который вошли 69 из 88 руководителей краёв и областей и автономных образований России. Объединяясь и выступая как организованная сила, главы администраций регионов существенно подняли свой авторитет как института государственной власти и подчеркнули свою значимость в политической системе страны.

Свои укрепившиеся позиции главы исполнительной власти регионов продемонстрировали в процессе подготовки нового проекта конституции. В обмен на лояльность глав администраций к проекту, подготовленному федеральной исполнительной властью, Президент поручил Правительству выработать предложения по переходу к децентрализованной системе управления экономикой и передаче части полномочий государственной власти субъектам Федерации [5].

В итоге, возросшая роль исполнительной власти российских регионов в итоге была зафиксирована в Указе Президента Российской Федерации от 22 октября 1993 г. «Об основных началах организации и деятельности органов государственной власти краёв, областей, городов федерального значения, автономной области, автономных округов Российской Федерации на период поэтапной конституционной реформы» глава администрации объявлялся высшим должностным лицом соответствующего региона. Указ подтвердил равнозначность статусов «глава администрации» и «глава исполнительной власти субъекта Российской Федерации» [6].

В период острейшего сентябрьско-октябрьского политического кризиса, которым закончилась острая фаза противостояния Президента и Верховного Совета, главы администраций также сыграли свою

стабилизирующую роль. Многие из них поддержали позицию Президента по смене конституционного строя страны. Заслуги глав администраций в поддержку президентского курса были оценены по достоинству: Указом Президента Российской Федерации от 21 сентября 1993 г. № 1400 «О поэтапной конституционной реформе в Российской Федерации» главы исполнительной власти субъектов Российской Федерации по должности вошли в состав Правительства России [7].

С принятием новой российской Конституции 12 декабря 1993 г., зафиксировавшей основные параметры политической системы, в стране начинается новый этап государственного строительства. Основной Закон закрепил в качестве основополагающих принципов российский государственности принципы разделения властей и федерализма, а также определил, что система органов региональной государственной власти определяется субъектами Российской Федерации самостоятельно и в соответствии с основами конституционного строя и общими принципами организации представительных и исполнительных органов государственной власти, которые должны быть установлены федеральным законом. Таким образом, параметры региональных органов власти и статус главы администрации не были конституционно закреплены.

Получение регионами статуса субъектов Федерации способствовали активному политическому строительству в регионах и стимулировало разработку собственного законодательства, в котором закрепляется порядок организации государственной власти региона и место и роль главы администрации в его политической системе региона. Набрал солидный политический вес, главы администраций к 1995 г. сформировали сплочённые управленческие команды и потребовали легитимации своего статуса через всенародные выборы. В то же время, Президент назначил в ряде регионов в 1995 г. выборы глав администраций, а основная выборная кампания должна была состояться в декабре 1996 г.

Таким образом, именно через избирательные кампании и сформированную систему всенародных выборов в 1995–1997 гг. происходит легитимизация глав исполнительной власти, но при этом правовой статус губернаторского корпуса в федеральном законодательстве остаётся неопределённым. Закон, призванный урегулировать вопросы организации властных структур на региональном уровне застрял в многочисленных согласованиях, встретив сопротивление верхней палаты парламента – Совета Федерации, в который по должностному принципу вошли главы исполнительной власти регионов.

Выборы превращают губернатора в публичного политика, который всецело зависит от электората, умения вести открытую борьбу за голоса избирателей и способность их убеждать. Многие главы администраций после выборов стали называться губернаторами, что воспринималось как более статусное наименование главы региона, имеющее дореволюционные традиции. Таким образом, в регионах активно идёт процесс губернизации, связанный с консолидацией элитных групп вокруг губернатора и формирования политических режимов.

К к. 90-гг. фактически бесконтрольная деятельность губернаторов в регионах приводит к угрозе чрезмерного усиления их власти, что выражалось, прежде всего, в игнорировании федерального законодательства и самовольном подчинении губернаторам территориальных федеральных властных структур власти. Поэтому, для центрального руководства актуализировались проблемы, связанные с контролем за деятельностью глав исполнительной власти субъектов Федерации. Так, 24 февраля 1999 г., выступая на заседании правительства Ленинградской области, Глава Правительства России Е.М. Примаков заявил о том, что пора восстановить исполнительную вертикаль и ограничить права губернаторов, вплоть до прямого их назначения [8]. Но на тот момент, идея назначения глав администраций не получила своего воплощения. Президент России Б.Н. Ельцин, в преддверии окончания своего последнего срока президентства не был заинтересован в дестабилизации отношений с губернаторами, и рассчитывал на их поддержку своего официального преемника и которых он воспринимал как опору своего режима, не допуская изменения существующего статуса губернаторов.

19 октября 1999 г. после долгих согласований, наконец, был принят Закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации», который наделил глав администраций статусом высшего должностного лица субъекта Российской Федерации и уравнивал его со статусом руководителя высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Федерации. В Законе официально закреплено получение принципа всенародной выборности губернаторов, но продолжительность занятия этого поста одним человеком ограничивается двумя сроками подряд при общем сроке губернаторства не более пяти лет [9].

С избранием в марте 2000 г. Президентом приемника Б.Н. Ельцина В.В. Путина в России начался очередной виток реформ, связанных с централизацией власти. Одной из своих насущных государственных задач Президент объявил проведение административных реформ, упорядочение деятельности органов государственной власти в стране, налаживание жесткого контроля за деятельностью губернаторской власти. С этой целью в августе 2000 г. была осуществлена очередная реформа Совета Федерации. Губернаторы и главы законодательных органов власти регионов, были выведены из состава Совета Федерации и были заменены на их представителей, действующих на постоянной основе [10]. Вместе с тем, 29 июля 1999 г. в Закон от 19 октября 2000 г. были внесены изменения и дополнения, устанавливающие ответственность глав исполнительной власти регионов за нарушение Конституции и российского законодательства вплоть до отрешения их от должности. Ещё

одним новшеством стало лишение губернаторов практически всех рычагов влияния на территориальные структуры федеральных органов власти в своих субъектах [11].

Несмотря на полномочий губернаторов, Президентом одновременно подчеркивалось значимость их формального статуса, что подтвердила и самая массовая избирательная губернаторская кампания 1999–2003 гг. В этот период обострилась проблема пребывания на должности глав регионов, срок пребывания которых на своем посту был ограничен двумя сроками подряд, как это установил Федеральный закон от 19 октября 1999 г., что лишало возможности многих губернаторов участвовать в выборах. Специально, с целью создания им преференций, 8 февраля 2001 г. в Закон было внесена очередная поправка, гласящая, что губернаторские сроки, начавшиеся до вступления закона в силу, не учитываются [12]. Таким образом, право на четвертый срок получали главы исполнительной власти, которые успели дважды избираться до принятия Закона. В итоге, 13 сентября 2004 г. на расширенном заседании Правительства президент В.В. Путин высказал идею, в целях борьбы с терроризмом заменить прямые выборы их назначением по представлению Президента. 11 декабря 2004 г. была принята очередная порция поправок в Закон от 19 октября 1999 г., отменивших прямые выборы глав исполнительной власти регионов и введивших особый порядок «наделения их полномочиями». Решение о наделении полномочиями глав исполнительной власти регионов должно было приниматься соответствующим законодательным органом по представлению Президента. Также Президент получил право отстранять от должности глав регионов, в том числе и избранных в результате прямых выборов «в связи с утратой доверия». Вместе с тем, в новом законе появилась возможность главе исполнительной власти поставить перед Президентом вопрос о доверии. Если Президент выражал доверие губернатору, то он должен был внести его кандидатуру на утверждение законодательного органа [13]. Нововведения, в целом, вызвали одобрение губернаторского корпуса, ставшего тяготиться демократическими принципами своего избрания и стремившегося и далее управлять регионами, несмотря на ограничение сроков пребывания в должности. Поэтому большинство из них поспешили получить статус президентских назначенцев и пройти процедуру получения доверия Президента, не подразумевавшую конкурентов.

Тем не менее, рост протестных настроений в 2010–2011 гг. стали причиной изменения сложившегося порядка формирования института глав исполнительной власти регионов. В декабре 2011 г. Президент Д.А. Медведев предложил вернуться к прямому избранию губернаторов. 2 мая 2012 г. были приняты поправки к Закону от 19 октября 1999 г. восстанавливающие прямые выборы высшего должностного лица субъекта Федерации. Несмотря на это, усложнялась процедура выдвижения кандидата, которая предусматривала прохождение «муниципального» и «президентского» фильтров [14].

Таким образом, введение поста главы администрации в 1991 г. стало важным шагом на пути демократизации политической системы России. Вместе с тем, в результате отсутствия стратегического плана развития российской государственности, на протяжении уже почти двадцати лет так и не удалось создать устойчивую институциональную основу для этой важнейшей государственной должности. В 1991–2010 г. неопределенность правового статуса губернаторов, использование его в зависимости от складывающейся политической конъюнктуры приводит, в итоге, к дискредитации этого важнейшего государственного института в общественном сознании.

Список использованных источников и литературы

1. Московский комсомолец. 1991. 16 янв.
2. Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета РСФСР. 1991. № 34. Ст. 1125.
3. Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета РСФСР. 1991. № 34. Ст. 1146.
4. Ведомости съезда народных депутатов и Верховного Совета РФ. 1992. № 13. Ст. 663.
5. Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. 1993. № 23. Ст. 2110.
6. Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. 1993. № 43. Ст. 4089.
7. Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. 1993. № 39. Ст. 3597.
8. Российская газета. 1999. 26 февр.
9. Собрание законодательства Российской Федерации. 1999. № 42. Ст. 5005.
10. Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 32. Ст. 3336.
11. Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 31. Ст. 3205.
12. Собрание законодательства Российской Федерации. 2001. № 7. Ст. 608.
13. Собрание законодательства Российской Федерации. 2004. № 50. Ст. 1450.
14. Собрание законодательства Российской Федерации. 2012. №19. Ст. 2274.

СЕКЦИЯ 4

«ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА»

ПРИЧИНЫ, ЭТАПЫ, ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Бунецкая Д.Н., студент

Томский политехнический университет

В условиях глобализации возрастает роль взаимосвязи и взаимозависимости между людьми и государствами. Данная связь проявляется в формировании единого информационного пространства, мирового рынка товаров, услуг и капитала, в увеличении числа международных компаний, экономических организаций и региональных интеграционных объединений. Среди лидеров экономической интеграции главное место занимает Европейский союз.

Идеи и попытки формирования единой Европы не раз предпринимались в прошлом, но они не приносили результата и реальное интегрирование европейских государств началось в середине двадцатого века с целью предотвращения военных конфликтов и столкновений после Второй мировой войны на территории европейских государств.

В истории развития западноевропейской интеграции можно выделить 5 этапов, каждый из которых характеризуется новой ступеней интеграции и взаимосвязи стран-участниц.

Первый этап (1946-1957гг.) начинается после Второй мировой войны и включает в себя идеи о создании единой Европы, заключение договоров и соглашений. Первым шагом к объединению стран Европы считается выступление в сентябре 1946 года премьер-министра Великобритании Уинстона Черчилля с докладом об объединении Европы, и идеи которого легли в основу интеграционного процесса:

1) восстановление «европейской семьи» в рамках своего рода Соединенных Штатов Европы – структуры, обеспечивающей мир, безопасность и свободу;

2) примирение и партнерство между Германией и Францией» [1.С.28].

В результате на первом этапе в 1951 году был подписан Парижский договор о Европейском объединении угля и стали (ЕОУС), в которое вошли Франция, ФРГ, Италия, Бельгия, Нидерланды и Люксембург. В 1957 году между странами-участницами ЕОУС был заключен Римский договор, цель которого заключалась в создании Европейского экономического сообщества и Таможенного союза к 1970 г.

Второй этап (конец 50-х – начало 70-х гг. XX века) характеризуется реализацией Римского договора и усилением интеграции между странами. Экономические показатели стран-участниц выровнялись [2], и, в итоге, 1 июля 1968 года был создан Таможенный союз, в результате чего были ликвидированы таможенные пошлины и установлен единый внешнеторговый тариф для других стран.

Третий этап истории развития (с начала 70-х гг. до середины 80-х годов XX века) является переломным в процессе европейской интеграции. На данном этапе были попытки создания экономического и валютного союза – «план Вернера», который предусматривал «сужение пределов колебаний валютных курсов; введение полной взаимной конвертируемости валют; унификацию валютной политики; создание европейской валюты и объединение центральных банков» [3]. «План Вернера» не состоялся, страны-участницы были не готовы к переходу на новую единую валюту из-за высоких финансовых затрат и частичной потери суверенности государства. На данном этапе в Европейское экономическое сообщество вступили Великобритания, Дания, Ирландия и Греция.

На четвертом этапе развития Европейской интеграции (с середины 80-х до начала 90-х гг.) в 1985 году в Люксембурге был подписан Единый европейский акт, окончательной целью которого являлось создание к 31 декабря 1992 года единого внутреннего рынка, который предусматривал свободное передвижение товаров, услуг, капитала и рабочей силы. К ЕЭС присоединились новые страны-участницы – Португалия и Испания.

Пятый, современный этап (с начала 1990-х гг. по настоящее время), характеризуется переходом на новый и последний уровень интеграции – экономический, валютный и политический союз, на котором осуществляется единая экономическая, финансовая и валютная политика. В 1993 г. заключен Маастрихтский договор о Европейском союзе, в котором были определены основные цели развития Европейского союза: создание экономического и валютного союза; расширение ЕС за счет принятие новых стран; создание политического союза.

В данном договоре была закреплена институциональная система Европейского союза, которая включает в себя Европейский совет, законодательный орган Совет министров, исполнительный орган

Комиссия ЕС; Европейский парламент, Европейский суд, Экономический и социальный комитет; заключены соглашения о вступлении новых стран-участниц.

В январе 1995 г. к ЕС присоединились Швеция, Финляндия и Австрия. В декабре 1997 года на Люксембургском саммите было подписано соглашение о вступлении 12 государств – Венгрия, Польша, Чехия, Эстония, Словения, Словакия, Румыния, Латвия, Литва, Мальта, Кипр и Болгария. На этом же саммите Турция признается потенциальным кандидатом на вступление в ЕС.

Таким образом, на сегодняшний день Европейский союз является эффективной региональной интеграцией, в состав которой входит 27 суверенных государств. В валютный союз входят 17 стран из 27 стран-участниц Евросоюза.

Европейский союз выступает не только как отдельное политическое образование-государство, но также является важным стратегическим экономическим партнером для большинства государств. Во внешнем секторе экономике Европейский союз занимает первое место в промышленном и сельскохозяйственном производстве, 20 % мирового экспорта и импорта товаров приходится на долю ЕС, он является крупнейшим лидером в мировом экспорте и занимает второе место по мировому импорту. Также ЕС является лидером по развитию международного туризма.

Основными внешнеторговыми партнерами являются страны ЕАСТ, с которыми заключено единое экономическое пространство, предусматривающее свободное перемещение товаров, услуг, капитала и рабочей силы. Также активными партнёрами являются США, Китай, Япония, Россия, страны СНГ и др. На сегодняшний день Европейский Союз имеет различные политические и экономические соглашения. ЕС заключил соглашения об ассоциации со странами АКТ (страны Африки, Карибского бассейна и страны Тихоокеанского региона). ЕС проводит Саммиты с Россией, свидетельствующие о сотрудничестве во внешнеэкономических отношениях, в области безопасности и пограничного сотрудничества двух сторон.

Несмотря на успех в развитии ЕС, на сегодняшний день существует ряд проблем и противоречий. В настоящее время экономический кризис набирает обороты в Греции, Испании, Португалии и Ирландии, где дефицит государственного бюджета в несколько раз превышает норму – 3%. [4]. В связи обостренной экономической ситуации представляется вероятным выход некоторых стран-участниц из ЕС, либо раскол Европейского союза на индустриально-развитый север, и аграрный юг [5].

Острой для Европейского союза является проблема демографического характера – старение населения. Данная проблема отражается на общем уровне экономического развития: высоки государственные социальные расходы, идет сокращение экономически активного населения. [6]. Увеличивается инокультурная иммиграция, что грозит перспективой серьезной трансформации Европы, утраты идентичности и культурного наследия.

Таким образом, на сегодняшний день Европейский союз является масштабным процессом региональной интеграции, одним из центров глобальной мировой системы. ЕС, наряду с другими региональными объединениями, имеет свои отличительные особенности:

во-первых, Европейский союз прошел все основные стадии международной экономической интеграции, что является беспрецедентным опытом;

во-вторых, структура управления и взаимодействия стран-участниц континента максимально приближена к органам управления государства;

в-третьих, страны-участницы имеют общий бюджет ЕС, составленный из многочисленных совместных фондов и направленный на оказание финансовой помощи странам.

Европейский союз служит примером эффективного взаимодействия и осуществления общей политики разных государств. Многие страны равняются на ЕС, и считают его полноправным партнером во всех сферах деятельности. Единая политика, общие цели и методы, высокая взаимосвязь и взаимозависимость большого количества суверенных государств подтверждают активный процесс глобализации и его усиление в мире.

В настоящий момент существует еще много проблем и противоречий, как во внутреннем, так и во внешней деятельности Евросоюза. Поэтому дальнейшая судьба ЕС, по оценкам аналитиков, имеет альтернативы развития: либо дальнейшего расширения и укрепления, либо постепенной ликвидации ЕС, или отсоединение от него эшелона менее экономически развитых стран.

Список использованных источников и литературы

1. Шемятенков В.Г. Европейская интеграция. – М.: Междунар. отношения, 2003. – 400 с.
2. ЕС и права человека – URL: <http://eu.kid.lv/faq.html>
3. Новиков С.С. Аудитор // История становления и развития международной валютной системы. – 2004 г. – №2. – URL: <http://gaap.ru/articles/52796/>
4. Финансовый кризис в Греции и других странах Европы – URL: <http://m.forbes.ru/rating.php?id=49274>
5. Экономический кризис. Раскол ЕС на север и юг – URL: <http://www.nr2.ru/economy/402808.html>
6. Население Европы стареет – URL: <http://pribalt.info/abc.php?month=9&news=193>

ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРИНЯТИЕМ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ ПО КЛАССИФИКАЦИИ ТОВАРОВ (СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА)

Воронова Е.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

ТН ВЭД ТС основана на принципе действия ТН ВЭД России и ГС. Каждое товарное наименование имеет свое десятизначное кодовое обозначение. Каждая цифра в коде имеет свое значение. Первые две цифры обозначают товарную группу, четыре – товарную позицию, шесть – субпозицию, десять – подсубпозицию. Для товаров, наименование которых отсутствует, существуют «корзиночные» позиции, которые называются «прочие» [1].

В большинстве случаев не возникает проблем при классификации товаров, классифицируют на основании текста товарной позиции. Сложности в идентификации возникают в тех случаях, когда товар многокомпонентный по составу, выполняет различные функции, обладает многими характеристиками. Довольно интересным покажется тот факт, что при классификации любимого так детьми «киндер-сюрприза» во Всемирной таможенной организации собирали совещание, и в результате серьезных дискуссий игрушка в шоколадном яйце была отнесена к шоколаду. Если рассмотреть в качестве примера правильность классификации виноградного вино и сусла, то часто дорогое вино классифицируют как сусло, чтобы не платить высокую таможенную пошлину. Необходимо пересмотреть вопрос о ставках ввозных таможенных пошлин в отношении данных товаров. Это сможет сократить число правонарушений в области ТН ВЭД ТС [2].

Одним из важных принципов при классификации являются не только правила ОПИ, но и степень обработки товара. Например, волосы человека, которые были отсортированы по длине и предназначены для изготовления парика, можно классифицировать по двум разным товарным позициям 0501 (ставка таможенной пошлины равна 5%) или 6703 (ставка таможенной пошлины равна 10%). Однако, если мы обратимся в примечание к группе 5 и посмотрим что понимается под необработанным волосом, то станет понятно, что волос, сортированный по длине, не считается обработанным, если только окончание или основание не связаны каким-нибудь способом. И на основании данного примечания волосы мы классифицируем в товарной позиции 05015. В данном случае, примечание оказалось на стороне декларанта ставка таможенной пошлины 5%, а не 10%, такое бывает очень редко [3].

Как сложность при классификации товаров можно рассмотреть такую причину как: отсутствие многих определений в законодательстве стран-участниц ТС. Большое количество высокотехнологичного оборудования ввозится и вывозится с территории ТС. При классификации такого оборудования происходит большое количество задержек при определении кода ТН ВЭД ТС и нареканий. А связано это, прежде всего с тем, что понятие данного товара не определено в нормативных документах и не присвоен определенный код данному товару [4].

При ввозе новых технических устройств, чтобы не возникало проблем при его перевозке, необходимо получить предварительное решение у таможенных органов уполномоченного в данном вопросе о классификации товаров. Если рассмотреть классификацию многофункциональных устройств – планшетных компьютеров в товарной позиции 8526 ТН ВЭД ТС, то она происходит на основании данных, которые предоставил декларант о целевом назначении, комплектности и функциональных характеристиках товара. Планшетные компьютеры это сложная техника, многофункциональное портативное устройство на базе встроенного микропроцессора, в котором совмещается огромное количество независимых функций. В число этих функций могут входить такие как: режим сотового телефонного аппарата, гео-позиционирование с помощью встроенного GPS или ГЛОНАСС модуля и многие другие функции отличны от персонального компьютера или ноутбука, данные функции являются независимыми. Когда декларант подает заявление о предварительном классификации планшетных компьютеров, то таможенные органы делают это на основании Основных правил интерпретации. Так как основную функцию данного устройства таможенные органы выделить не могут, то они классифицируют на основании правила 3в ТН ВЭД ТС. В связи, с чем таможенные органы определяют классификационный код для каждой равнозначной функции и только затем выбирается классификационный код наибольший из перечисленных. Если планшетный компьютер обладает равнозначными функциями: компьютера код ТН ВЭД ТС 8471 и GPS код ТН ВЭД ТС 8526, то таможенные органы присваивают 8526, так как он последний в порядке возрастания. При этом на классификацию планшетного компьютера не влияет какой навигационный спутник встроен в его корпус. Товар по данному коду 8526 (приемник радионавигационный) облагается таможенной пошлиной в размере 5% в соответствии с Единым таможенным тарифом. А если присвоили бы данному товару код 8471 (вычислительные машины и их блоки), то ставка таможенной пошлины равнялась 0%. Если же участник ВЭД докажет, что товар следует классифицировать по коду 8471, то он сможет возратить излишне уплаченные в бюджет пошлины. Но делается подобное только через обращение в суд. Что вызывает сложность для декларантов и неудобство [5].

Предварительные решения с одной стороны, казалось бы, упрощают декларанту жизнь, но так ли совершенно законодательство РФ и ТС. Ведь наука не стоит на месте, постоянно происходят какие-то новые открытия, прорывы в разработке сложной техники, а как её классифицировать ни таможенным

органам, ни декларанту не понятно. Поэтому законодательство необходимо дорабатывать. Также, коль РФ состоит в таможенном союзе с Казахстаном и Беларусью, то необходимо, чтобы принципы классификации были одинаковы. Чтобы таможенным органам не приходилось изменять классификационный код таможни Казахстана, России и Беларуси. Так как это проблема не только для таможенных органов, но и для декларанта. Потеря времени, увеличение пошлины на которую декларант не рассчитывал [4].

Но, тем не менее, судебная практика по принятию предварительных решений остается. Споры между таможенными органами и декларантом тоже остаются. Прежде всего, это связано с НТП.

Хотелось бы рассмотреть практику судебных решений.

1) Листы в рулонах из вспененного поливинилхлорида с нанесен рисунком для изготовления ковриков для ванной комнаты, декларируя эти листы таможенным оформлением по под субпозиции ТН ВЭД 3921 12 000 0 «плиты, листы, пленка и полосы или ленты из пластмасс, прочие пористые из полимеров винилхлорида», которой соответствует ставка таможенной пошлины в размере 10 процентов. Так же ООО «Акванова» (далее общество) предоставило заключение эксперта согласно которому, данный товар «листы в рулонах из вспененного ПВХ, армированные для изготовления антискользящих ковриков», относится к товарной группе 39 ТН ВЭД – пластмассы и изделия из них, товарная позиция 3921; плиты, листы, пленка и полосы или ленты из пластмасс, прочие, пористые из полимеров винилхлорида с кодом ТН ВЭД 3921 12 000 0.

Таможенный орган классифицирует данный товар согласно ТН ВЭД 3926 90 980 8, «изделия прочие из пластмасс, изделия из прочих материалов товарных позиций, прочие из прочих», ставка таможенной пошлины равна 20%, и были указаны сведения о товаре, необходимые для указания материала ANTI-SLIP MAT IN ROLLS толщиной до 5 мм. Обоснованием принятия решения таможенный орган указал ОПИ 1 и 6 ТН ВЭД России.

Суд апелляционной инстанции отказал обществу, на основании того, что ФТС России оценил товарную позицию общества 3921 и указал на то, что она не удовлетворяет тексту указанного примечания, и данный товар не может быть отнесен к товарной позиции 3921. Так же. Девятый Арбитражный суд апелляционной инстанции добавил, что для юридических целей классификация товаров в ТН ВЭД осуществляется исходя из текстов товарной позиции и соответствующих примечаний к разделам или группам в соответствии с Основными правилами интерпретации. Жалобы же общества связанные с тем, что при классификации были нарушены статьи 40, 41, 378 ТК РФ судом были отклонены. Так как данные статьи применяются при ввозе/вывозе товара через таможенную границу, а в данном случаи принимается предварительное решение о классификации товара и речь не идет об экспорте или импорте товара. Также суд решил, что данный товар не требует экспертных оценок при классификации, поэтому жалоба общества связанная с тем, что не были соблюдены статьи 378, 383 ТК РФ и пункт 12 Положения отклонены. Установив данные обстоятельства, суд пришел к выводу, что не удовлетворять заявления общества. И данному товару был присвоен код ТН ВЭД 3926 90 980 8, «изделия прочие из пластмасс, изделия из прочих материалов товарных позиций, прочие из прочих», ставка таможенной пошлины равна 20% [6].

2) «Селатек Жидкий». Таможенный орган настаивал на том, что данный товар является смесью химических веществ и не обладает никакой питательной ценностью, по которой его можно было классифицировать как кормовую добавку для животных по товарной позиции 2309. По своей сути товар «Селатек Жидкий» является смесью химических веществ и не обладает никакой питательной ценностью, по которой его можно было классифицировать как кормовую добавку для животных по товарной позиции 2309, включает вещества, обладающие бактериостатическим и бактерицидным действием, что придает данному готовому препарату дезинфицирующие свойства.

Основных правил интерпретации ТН ВЭД ТС, содержание товарных позиций 3808 94 900 0 и 2309 90 990 0 пришли к выводу, что код 2309 подходит больше по описанию данной товарной позиции. Описание товарной позиции 3808 – инсектициды, родентициды, фунгициды, гербициды, противовсходовые средства и регуляторы роста растений, средства дезинфицирующие и аналогичные им, расфасованные в формы или упаковки для розничной продажи или представленные в виде готовых препаратов или изделий (например, ленты, обработанные серой, фитили и свечи, и бумага липкая от мух): прочие: средства дезинфицирующие: прочие. А 2309 – продукты используемые для кормления животных. По материала дела «Селатек Жидкий» представляет собой кормовую добавку для снижения количества бактерий рода сальмонеллы в кормах и кормовом сырье для сельскохозяйственных животных, в том числе птицы; применяется только в кормах для животных [7].

Для правильного принятия решения о классификации товаров специалист таможенных органов должен иметь большой опыт и достаточный уровень квалификации по использованию и грамотному применению ТН ВЭД ТС, для безошибочного определения классификационного кода и это не приводило бы к занижению или завышению таможенной пошлины.

Список использованных источников и литературы

1. ЗАО «АЛТО» Получение классификационных решений – URL: <http://www.zaoalto.ru/service/decision>

2. Российская газета «Обменялись кодами» – URL: <http://www.uralvtk.ru/news/new859.html>
3. Андреева Е. Проблема классификации многофункциональных устройств – URL: <http://customsexpert.ru/articles/problema-klassifikatsii-mn.htm>
4. Предварительное решение – важная составляющая классификации сложной техники – URL: <http://www.brokersonline.ru/news/1984-predvaritelnoe-reshenie-vazhnaya-sostoyavlyayuschaya-klassifikacii-slozhnoy-tehniki.html>
5. Вахтерова И.Л. Проблематика классификации товаров для таможенных целей на современном этапе развития таможенного союза ЕврАзЭС // Customs and corporate lawyers – URL: http://www.accl.ru/publikacii/_problematika_klassifikacii_tovarov_dlya_tamozhenih_celey_na_sov/
6. Федеральный Арбитражный Суд Московского Округа Постановление от 17 марта 2009г. № КА-А40/1675-09 Дело № А40-42938/08-1 19-1 82 – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=AMS;n=108831>
7. Федеральный Арбитражный Суд Московского Округа Постановление от 24 октября 2012г. по делу № А40-99315/11-154-849 – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=AMS;n=170776>

РОССИЯ И ОБЪЕДИНЕННАЯ ЕВРОПА: НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Вухпер М.Р., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

ЕС – это уникальная и беспрецедентная форма интеграции, явившаяся следствием развития всей европейской истории. Говоря другими словами, фундамент, на котором покоится Европейский Союз, позволяет вбирать в себя все новые страны, то есть в какой-то степени ЕС – универсален и воплощает в целом всю европейскую «цивилизацию».

Место же России и интересы ЕС к ней можно увидеть не только через анализ самой политики ЕС. Взаимная заинтересованность Европы и России прослеживается с давних времен.

Вообще начало партнерства Европейского союза и современной России началось с подписания первого документа, который регламентировал направления и формы сотрудничества Евросоюза и, тогда еще, СССР – Соглашения от 18 декабря 1989 года.

После подписания первого договора, дальнейшие соглашения лишь расширяли базу сотрудничества. В них оговаривались все больше пунктов, свидетельствующих об обязанности обоюдного поддержания партнеров, усиление взаимного влияния, но все же основой соглашений становится объединение ресурсов для более успешного развития и продвижения на мировой арене обеих сторон.

В настоящее время Россия и Евросоюз ведут активное и многоплановое сотрудничество. Назову лишь несколько направлений взаимодействия, которые, на мой взгляд, являются самыми перспективными и приносят практически максимальную обоюдную выгоду [1].

Можно проследить влияние Евросоюза практически на каждую отрасль промышленности России, но именно к отрасли, связанной с топливно-энергетическими ресурсами прослеживается большой интерес, а увеличивающаяся доля иностранного капитала в ней растет с каждым годом. Этот интерес обусловлен энергетическим дефицитом в Европейском сообществе, отличающемся очень высоким уровнем потребления этого вида ресурсов. Это связано и с высоким уровнем потребления топлива и энергии странами Евросоюза. Немаловажно и то, что территория, занимаемая Союзом, изначально не обладала огромными топливными и энергетическими ресурсами. Многие источники, такие как месторождения нефти и природного газа в Северном море и на территории Нидерландов, уже близки к истощению.

Необеспеченность энергетическими ресурсами заставляет государства Евросоюза импортировать сырье из других стран, в первую очередь, – России.

В России ситуация с энергоресурсами развивается иным образом. Благодаря разведыванию новых источников на территории Федерации общая обеспеченность нефти увеличилась с 37 лет до 40,6 [2]. Таким образом, объем разведанных топливных ресурсов России растет. Таким образом, освоение российских нефтяных и газовых месторождений привлекает многих иностранных инвесторов. Европейские компании выказывают большую заинтересованность в увеличении своего влияния на территории РФ. Такие компании, как «Total», «British Petroleum», «Schlumberger», «Royal Dutch-Shell» и другие с каждым годом увеличивают инвестирование отрасли. Со стороны Российской Федерации наблюдается стремление для сотрудничества. Министерствами принимаются меры, которые бы ориентировали внешнюю политику на укрепление всестороннего сотрудничества. Под эгидой этих стремлений был подписан «Меморандум о промышленном сотрудничестве в энергетическом секторе» [3].

Такое сотрудничество выгодно обеим сторонам, так как у предприятий ЕС есть возможность вкладывать в разработку ресурсов, а компаниям РФ как раз требуются партнеры. Так что, можно сказать, что сотрудничество в этой области взаимовыгодно.

В последнее время сотрудничество с европейскими странами в форме инвестирования развивается практически во всех секторах электротехнической промышленности.

Ярким примерам разностороннего сотрудничества в сфере электротехнической промышленности является внедрение германского концерна «Siemens», который действует в областях информатики и связи, систем автоматизации и контроля, энергетики, транспорта, медицины и светотехники. Концерн является одним из крупнейших в мире производителей электроники и электротехники, продукция компании известна в более 190 странах.

Начало сотрудничества в научно-технической сфере в рамках Варшавского договора было положено еще после Второй мировой войны – в 1955 году. После нескольких десятков лет торгового обмена, договаривающиеся стороны (Народная Республика Албания, Народная Республика Болгария, Венгерская Народная Республика, Германская Демократическая Республика, Польская Народная Республика, Румынская Народная Республика, Союз Советских Социалистических Республик и Чехословацкая Республика) решили, что стоит попытаться установить более широкие и дифференцированные научно-технологические связи. В итоге было заключено двустороннее соглашение о научно-техническом сотрудничестве с рядом европейских стран. Оно предусматривало разные формы длительных программ для научных разработок.

Одновременно с налаживанием сотрудничества с Россией, в Европе происходило формирование других интеграционных объединений, что способствовало развитию новых форм научно-технического развития. После того, как выяснилось, что комплексное многостороннее сотрудничество стимулирует развитие науки и техники, дает возможность появлению новым направлениям, и также отражает приоритеты России и стран Евросоюза. На базе этой сферы уже сформировалась взаимодополняемость научных и технических потенциалов России и стран ЕС.

Подписание «Соглашения о партнерстве и сотрудничестве между Российской Федерацией и Евросоюзом» [3] способствовало налаживанию общения в научно-технической области. С момента заключения этого соглашения, правительства и организации стали чаще контактировать для того, что определить направления и формы сотрудничества, представляющий общий интерес.

В настоящее время, в ситуации, когда во всем мире наблюдается экономическая рецессия, нельзя рассчитывать на воплощение каких-то кардинальных мер, направленных на сближение стран. Есть объективные трудности на пути развития продуктивного экономического сотрудничества России и ЕС, такие, как высокий уровень российской коррупции и неэффективность ее судебной системы, военный конфликт с Грузией и др. Стоит отметить, последнее происшествие отрицательно повлияло на отношения России и Евросоюза. Европейскими странами даже была создана комиссия, которая расследовала причины военного конфликта.

Следующая проблема связана со статусом Калининградской области и состоит в том, что соседство с высокоразвитыми странами создает государству разного рода экономические проблемы (конкуренентоспособность товара, трансграничная миграции, контрабанда, охрана природных ресурсов). Она мешает и в отношении с ЕС, и с другими, граничащими странами, но и на внутреннюю политику России оказывает влияние. И, несмотря на то, что для урегулирования этих проблем Россия тратит много сил, ей пока удастся оставить за собой преимущество влияния с помощью этого анклава на позицию Европейского союза по важнейшим политическим вопросам.

Шестым и одним из самых проблемных факторов является энергетическая проблема. Не смотря на большую заинтересованность обоих факторов в сотрудничестве именно в этой сфере, и Российская Федерация и Евросоюз вынуждены искать компромисс по целому ряду вопросов. «Газпром» открыто высказал свои претензии к Еврокомиссии, которая бездействовала в ходе газовой войны с Украиной (2008-2009 гг.), и выразил уверенность, что угрозу энергетической безопасности Европы представляет не Россия, а европейские политики-русофобы. Представители Еврокомиссии в свою очередь заявили, что России еще предстоит восстановить доверие каждой из стран ЕС, прежде чем энергодиалог будет возобновлен. Кроме того, Европа пообещала снизить потребление российского газа [5].

Также экономические проблемы самого Евросоюза, связанные с неравномерным и дотационным развитием его экономик, являются значительным препятствием для формирования и реализации стратегии будущего сотрудничества.

Данные проблемы нуждаются в активной реакции и действиях. Способствовать их решению могут переговоры, итогом которых должно быть решение, не ущемляющее положения обеих сторон.

Взаимное сотрудничества двух весомых членов мирового сообщества может привести лишь к улучшению положению в России, если Европейский союз не выступит, как своего рода диктатор, и не будет стремиться навязывать свои интересы. Этот союз должен быть основан на решениях, принятых путем долгих переговоров, компромиссах и уступках, не ущемляющих какую-либо из сторон [6].

Список использованных источников и литературы

1. Юрий Шевцов. Россия в Европе – URL: <http://guralyuk.livejournal.com/1234788.html>
2. Запасы: в России нефти много, но сколько точно – неизвестно // Сайт РБК – URL: <http://www.rbc.ru/>

3. Основные положения энергетической стратегии России на период до 2020 года. Проект 30.10 (2002)
4. Соглашения о партнерстве и сотрудничестве между Российской Федерацией и Евросоюзом – URL: <http://www.rb.ru/inform/79357.html>
5. Бойченко А.В. Актуальные проблемы отношений между Россией и Европой // Современная Европа. –2003. – N3. – С.116-118.
6. Борко Ю.А. Отношения России с Европейским Союзом и их перспективы. – М., 2001.

УЧАСТИЕ РОССИИ В РЕШЕНИИ КОНФЛИКТНЫХ ПРОБЛЕМ В ЗОНЕ КОНТИНЕНТАЛЬНОГО ШЕЛЬФА

Глазунова А. И.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Таможенную службу в РФ называют «донором бюджета», и это не пустой звук, – доходная часть бюджета нашего государства представлена 40% поступлений от таможенных органов. Эта цифра была достаточно устойчивой, но в последние несколько лет сократилась до 35-37% [1]. Известным также является и тот факт, что основа экспорта нашего государства – природные ресурсы. Наибольший доход РФ получает от экспорта углеводородов. Но, к сожалению, запасы углеводородов неукоснительно уменьшаются, и для того чтобы через несколько десятков лет не стать импортером углеводородного сырья, необходимы поиск и освоение новых месторождений полезных ископаемых. Одним из вариантов решения этих двух взаимосвязанных задач является расширение объёмов добычи газа и нефти на континентальном шельфе, в том числе на континентальном шельфе морей Северного Ледовитого океана.

Как известно, государство, имеющее большое количество природных ресурсов, представленных углеводородным сырьём, всегда являлось сильным экономико-политическим фактором на мировой арене. Многие авторы заостряют внимание на этой проблеме. В частности, И.В. Никулина, доцент, заведующий кафедрой «Финансы и банковское дело» ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет», в своей статье «Геоэкономические тенденции в Арктике: причины, проблемы, факторы», пишет: «.. в будущем одним из важнейших факторов, определяющих расстановку политических и экономических сил, будет борьба за ресурсы» [2]. Эта борьба уже идёт, и одна из её составляющих – битва за континентальный шельф морей Северного Ледовитого океана.

Начавшись ещё в 20-х годах прошлого века, она резко обострилась в последнее время. Россия, естественно, не может оставаться в стороне, будучи крупнейшим арктическим государством. Участие России в решении проблем континентального шельфа морей Северного Ледовитого океана – предмет данной статьи.

Среди причин обострения проблем вокруг континентального шельфа Северных морей выделяют следующие:

Во-первых, изменение климатических условий (учёные утверждают, глобальное потепление в Арктике будет продолжаться), что приведёт к росту доступности использования Северного морского пути.

Во-вторых, по оценке геологических служб, в Арктике находится около 21,5 млрд. т нефти и до 100 трлн. м³ природного газа, что в разы и, даже в десятки раз превышает запасы углеводородов, например, на шельфе Каспийского моря [2].

В-третьих, правовой статус морского пространства Северного Ледовитого океана до настоящего времени точно не определён (существуют проблемы делимитации и демаркации морских пространств и континентального шельфа). В результате секторального деления арктического пространства по взаимной договорённости в 20-е годы XX века между пятью приарктическими государствами (СССР, Норвегия, Дания, США, Канада), России досталось около трети всей площади шельфа Арктики. Первоначальное разделение пространства в данном регионе устраивало все стороны именно до тех пор, пока не вскрылся факт наличия огромных запасов углеводородов на шельфе Северных морей.

В-четвёртых, в настоящее время происходит усиление деятельности международных организаций (Арктический совет, северный форум, Совет Баренцева-Евроарктического региона и др.), в том числе блоковых (НАТО, Евросоюз) по вопросам обладания арктическим пространством.

В-пятых, появляются новые претенденты на обладание арктическим пространством из числа неарктических государств. Таковыми являются как минимум около полутора десятка государств. Видными «борцами» за арктические территории являются как минимум 14 государств: *Бельгия, Великобритания, Германия, Ирландия, Исландия, Латвия, Литва, Нидерланды, Польша, Финляндия, Швеция, Эстония, Япония, Китай*. И более 60 государств заявляет о своём желании принять участие в освоении и изучении Арктики.

Также, к числу факторов, обостряющих борьбу за континентальный шельф в данном регионе, относят активизацию научно-исследовательской деятельности мирового сообщества в этом регионе.

Война за арктическое пространство между некоторыми странами длится не один десяток лет. Конкретика этой борьбы представлена, в частности, в работах Никулиной И.В. и Т.А. Девятовой. Так,

Канада с Данией уже три десятка лет не могут поделить маленький островок Ханса. Великобритания спорит за континентальный шельф с Данией, Исландией и Ирландией. Канада спорит с США из-за морской границы в море Бофорта, пролив Хуан-де-Фука, остров Мачиас-Сил. Ирландия не разрешила до конца вопросы с Данией, Великобританией и Исландией по континентальному шельфу Фарерских островов за пределами 200-мильной зоны. Исландия спорит за континентальный шельф Роколл с Данией и Великобританией, а также с Данией – о средней линии рыболовства между Исландией и Фарерскими островами. Дания спорит по поводу континентального шельфа Роколл с Исландией, Ирландией и Великобританией, кроме того, с Исландией – о средней линии рыболовства между Исландией и Фарерскими островами и спорит с Канадой за остров Ханса. США спорят с Канадой из-за морской границы в море Бофорта, из-за пролива Хуан-де-Фука, острова Макиас-Сил [2;3].

Особые претензии предъявляются России. Норвегия имеет притязания на такие территории как: Земля Королевы Мод и Шпицберген. Даже подписанный в 2010 г. руководителями двух стран договор о разграничении примерно 175 тыс. кв. км богатой нефтью и газом приграничной акватории не решает проблемы, хотя, по мнению отдельных экспертов, он является российской уступкой Норвегии. США также претендуют на районы, которые Россия считает своими, и стремятся к установлению контроля за всем Северным морским путем.

Считается, что начало активной фазы арктического противостояния приходится на 90-е годы прошлого столетия. В то время Россия ратифицировала Конвенцию ООН по морскому праву и согласилась с установлением 200-мильной зоны без признания приоритета России над остальными территориями арктического сектора, ранее относящегося к России. И усиление противоречий приходится именно на эти годы. Кстати, из пяти арктических государств Америка до сих пор не ратифицировала указанную конвенцию.

В соответствии с Конвенцией устанавливаются 12-мильная зона территориальных вод, на которую, как и на воздушное пространство над ней, на ее дно и недра, распространяется полный суверенитет прибрежного государства, и 200-мильная исключительная экономическая зона. Только в пределах этой зоны прибрежным государствам разрешено разведывать и разрабатывать месторождения полезных ископаемых. В случае продолжения шельфа за пределы 200 миль страна может расширить зону до 350 миль [4].

Страна, ратифицировавшая конвенцию, может подать заявку на расширение своего шельфа, но только через 10 лет после её ратификации. В связи с этим многие страны, в том числе и Россия, начали активно разрабатывать проекты расширения своих экономических зон в Арктике.

Ответить на вопрос, как и чем завершится борьба за Арктику, однозначно в настоящее время вряд ли возможно. По мнению многих аналитиков, безошибочно можно утверждать лишь одно: «война» за неё ещё далека от завершения. Вероятнее всего, она будет проходить между двумя «блоками»: Россией и США в союзе с приморскими государствами, входящими в состав НАТО. О милитаризации Арктических пространств свидетельствуют факты, приводимые контр-адмиралом В.М. Апанасенко в аналитической статье «Новая мировая война может начаться в Арктике» [5]. США уже расположили на Аляске три базы армии сухопутных войск и три – ВВС, а также береговую охрану численностью около 24000 военнослужащих. Помимо этого, вблизи от границы с Россией размещён радар ПРО США для отслеживания запусков межконтинентальных ракет. Не так давно в Исландии была проведена встреча с участием высокопоставленных военных США, Канады, Дании, Норвегии. Участники встречи, получившей название «Семинар по перспективам безопасности на Крайнем Севере», поддержали арктическую инициативу Америки. Россию не пригласили на этот семинар даже в качестве наблюдателя.

Что же касается арктической политики России, то ею уже в 2001 г. была подана в Комиссию ООН заявка на расширение своей исключительной экономической зоны на 1,2 млн. кв. км. В заявке приводилось обоснование того, что подводный хребет Ломоносова служит продолжением Сибирской континентальной платформы. Комиссия ООН, в свою очередь, попросила представить дополнительные доказательства принадлежности хребта Ломоносова именно российскому континентальному шельфу. Если Россия докажет, что этот хребет является продолжением ее материковой части, то это закрепит за нашей страной почти половину поверхности океана, включая Северный полюс. Но, претензии России отвергает Канада, которая стремится доказать, что хребет Ломоносова является частью канадской территории. *«Есть территории, которые принадлежат нам, где наш континентальный шельф подлежит расширению, например – хребет Ломоносова, который является продолжением нашей территории. Мы это докажем»*, – сказал глава МИД Канады Лоуренс Кэннон, выступая с лекцией в московской Дипломатической академии России [5].

Расширение исключительной экономической зоны России в Арктике имеет для неё большое экономическое значение. Это не только новые месторождения полезных ископаемых на континентальном шельфе, но, что не менее важно, увеличение таможенной территории. А это, в свою очередь, - дополнительные поступления в бюджет.

Конечно, Россия будет и дальше продолжать борьбу за континентальный шельф Северных морей, так как решение данного вопроса остается приоритетным для нашего государства, вплоть до 2020 года, исходя из выработанной государством стратегии и государственной политики в данном регионе [6]. Безусловно, для РФ является важным вопрос приращения крупной ресурсной базы, но не менее важным

остается вопрос национальной безопасности и защиты внешних границ. Также, немаловажную роль здесь играет возможность расширения и углубления международного сотрудничества, в том числе, при использовании Северного Морского пути, поиск новых рынков сбыта. С экономической точки зрения, арктический регион является потенциально прибыльным, а значит, борьба за него будет продолжаться.

Список использованных источников и литературы

1. Покровская В.В. Таможенное дело. – М.: Юрайт, 2011. – С.25-26.
2. Никулина И.В. Геоэкономические тенденции в Арктике: причины, проблемы, факторы – URL: http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/16_104931.doc.htm
3. Девятова Т.А. Энергетика и северный транзит – URL: <http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&file=print&sid=2317>
4. Конвенция ООН по морскому праву – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/lawsea.shtml
5. Апанасенко В.М. Новая мировая война может начаться в Арктике – URL: <http://army-news.ru/2012/11/novaya-mirovaya-vojna-mozhet-nachatsya-v-arktike/>
6. Основы государственной политики РФ в Арктике на период до 2020 года и дальнейшую перспективу – URL: <http://www.scrf.gov.ru/documents/98.html>

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ТАМОЖЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА

Гущина И.Е., студент

Алтайская государственная педагогическая академия, г. Барнаул

К началу XX века на Дальнем Востоке установились тесные российско-китайские приграничные связи. Линия российско-китайской границы на её восточном участке была оформлена подписанными договорами между Россией и Китаем (Айгуньским 1858 г., Пекинским 1860), была заложена юридическая основа для развития приграничных торгово-экономических связей. Геополитическая близость территорий Северо – Восточного Китая и Дальнего Востока России способствовала тесным контактам администрации и порубежного населения, взаимовыгодному торговому сотрудничеству.

В связи с тем, что в 1757 году пошлины на товары повышаются, высокие тарифы способствуют привлечению объёмов провозимых незаконным путём продуктов. Российские власти в свою очередь принимают ряд мер по снижению пошлин, однако поток товаров не ослабевает. Это последовало принятию мер по созданию органов по борьбе с контрабандой. Таким образом по указу Екатерины II 1782 года учреждается таможенная стража.

В свою очередь, слабое развитие отраслей промышленности в дальневосточном регионе, его значительная удалённость от центра России, создавала трудности в обеспечении местного населения товарами русского производства. Северо-восточный Китай постепенно превращался в один из основных источников снабжения продовольствием населения Дальнего Востока.

Во время русско-японской войны 1904-1905 года Маньчжурия стала продовольственной базой для русской армии. После войны торговые связи Северо-Восточного Китая и Дальнего Востока России продолжали развиваться. Хотя царская Россия перед первой мировой войной была активным экспортёром хлеба, на Дальний восток хлеб импортировался. Количество продуктов из Маньчжурии через Владивостокский порт год от года увеличивался, что было связано и с развитием сельского хозяйства Манчжурии.

Количество импортируемых югом Дальнего Востока товаров в несколько раз превышало объёмы экспортной продукции, направляемой в Манчжурию. Наблюдающееся снижение объёмов свидетельствует о прогрессивном развитии экономики Дальнего Востока, необходимость в провозных товарах постепенно уменьшалась [4.С.89]

Как правило, неотъемлемой частью торговых отношений между государствами являлась контрабанда – незаконное перемещение товаров через границу. После указа об отмене « Порто- франко» в течение 1901-1902 года создаётся ряд таможенных постов и застав на границе с Манчжурией. Таможенное обложение было введено только по морской границе. Товары по сухопутной границе по-прежнему шли беспошлинно. После окончательной отмены режима «порто-франко» в 1909 году, расположенные на территории Приамурского генерал-губернаторства и Забайкальской области таможенные учреждения были объединены в один таможенный округ с центром во Владивостоке. В 1912 году Приамурский таможенный округ был упразднен, вместо него создавалось три участка Читинский Хабаровский и Владивостокский. С января по июнь 1913 года Благовещенской таможней было задержано контрабандных товаров на сумму 47522 руб., в том числе спиртных напитков на сумму 42680 руб. [1.С.6].

Отмена порто франко действительно обострила проблему снабжения населения товарами первой необходимости. Ограждение главных тихоокеанских портов «стеной в виде таможни» превратило приамурские города – Благовещенск, Хабаровск и Владивосток в самые дорогие города в стране.

Развитие законодательно-нормативной базы подкреплялось организационными мероприятиями. Был создан специальный орган для охраны границы – Отдельный корпус пограничной стражи, первоочередной задачей которого явилось обеспечение экономической безопасности государства на границе – борьба с контрабандой.

В конце XIX-начале XX веков в России завершился процесс взятия под охрану и закрытия от проникновения контрабанды границ на Дальнем Востоке. Эту задачу выполнил Департамент таможенных сборов. По всей дальневосточной и тихоокеанской границе был установлен таможенный надзор, выполнявший функции пограничников и таможенников.

В интересах борьбы с контрабандой акцизными товарами была усилена корчемная стража на европейской границе и вновь создана на границах Дальнего Востока.

Были приняты меры по борьбе с военной контрабандой на море. Для этого привлекались силы Военно-Морского флота.

Мировая война, первые годы революции и гражданской войны окончательно свели к нулю, как внешний товарооборот, так и функции российской таможни. В условиях хозяйственной разрухи и натурального товарообмена вопроса о таможенной политике не возникало. К реформированию внешней торговли приступило уже Временное правительство. Последующие перемены произошли после Октябрьской революции 1917 года. Из теории общенародной собственности, естественно, следовал вывод о национализации внешней торговли. Положением ВЦИК и СНК о рабочем контроле от 14 ноября 1917 года вводилась государственная торговая монополия на все товары первой необходимости.

Апрель 1918 года был принят декрет СНК о национализации внешней торговли. Через месяц учреждается пограничная охрана. В июне принят декрет «О переходе Департамента таможенных сборов, Главного управления пограничной охраны и корчемной стражи в ведение Народного комиссариата торговли и промышленности». Департамент таможенных сборов переименовывался в Главное управление таможенного контроля с непосредственным подчинением Народному комиссару торговли и промышленности [2.С.52].

В начале 1921 года политика «военного коммунизма» сменилась «новой экономической политикой», последний период длился 11 лет. Товарный голод в стране, дезорганизация рынка, переставшего быть регулятором производства, низкое качество продукции и высокая себестоимость отечественных товаров при недостаточном ввозе – таковы были объективные условия, благоприятствовавшие развитию контрабанды. Кроме того, инфляция произвела перераспределение доходов, осуществила «социальную реформу наыворот», вопреки интересам государства и началам справедливости, и тем самым оказала деморализующее влияние на население.

В декабре 1921 года был принят закон о борьбе с контрабандой, в соответствии с которым при ВЧК начала работать Центральная комиссия по борьбе с контрабандой под председательством Реввоенсовета. В комиссии активно участвовали таможенные органы [3.С.105].

Таможенный устав СССР 1924 года – первый кодифицированный акт по таможенному делу, окончательно закрепивший сформировавшуюся систему таможенного управления. Главной задачей таможенных органов стал контроль за экспортно-импортными операциями в рамках государственной монополии внешней торговли. На рубеже 20-30-х годов усилился командно-бюрократический стиль управления экономикой, снова укрепляется принцип государственной монополии, резко сокращается число участников внешнеэкономических связей, таможенный контроль становится чисто вспомогательным инструментом регулирования внешнеэкономической деятельности. Таможенным кодексом 1964 года таможня подчинилась Министерству внешней торговли СССР [5.С.107].

Мероприятия по борьбе с контрабандой, проводимые в исследуемый период, диктовались необходимостью защиты экономических интересов страны и осуществлялись в тесной связи с индустриализацией народного хозяйства, развитием рыночной экономики, с учетом политической, военной и экономической обстановки на границах с сопредельными государствами.

Актуальность прошлого опыта борьбы с контрабандой для современности неоспорима. Создание специализированного органа по борьбе с контрабандой в прошлом подчеркивает важность Федеративной пограничной службы для борьбы с социально-опасной контрабандой наркотиками, оружием, ядерными материалами.

Список использованных источников и литературы

1. Иппа С. Контрабанда и дела таможенные // Рабочий суд. – 1925. – № 39 – 40. – С.6
2. Попенко А.В. Борьба с контрабандой на Дальнем Востоке в первые годы советской власти и в период ДВР // Проблемы Дальнего Востока. – 2009. – № 3. – С.52
3. Развитие пограничной охраны на Дальнем Востоке СССР 1922–1941 // Проблемы Дальнего Востока. – 2011. – № 5. – С.105
4. Сатаров Н., Дмитриев С. Монополия внешней торговли и борьба с контрабандой // Внешняя торговля. – 1938. – № 45. – С.89
5. Ширяев В. Развитие пограничной охраны на Дальнем Востоке СССР 1922 – 1941 // Проблемы Дальнего Востока. – 2011. – № 5. – С.107

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ МОНГОЛИИ И РОССИИ

Дамдинпурев Хонхонцецег, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Торговые отношения – это одна из важнейших сфер экономического сотрудничества государств, при этом международная торговля представляет собой систему международных товарно-денежных отношений, складывающихся из внешней торговли всех стран мира. Термин «международная торговля» впервые был использован в XII веке итальянским экономистом Антонио Маргаретти, который написал фундаментальный по международной торговле труд «Власть народных масс на Севере Италии».

Международная торговля появляется тогда, когда возникает мировой рынок. Это произошло в XVI-XVIII вв. именно развитие международной торговли способствовало в целом развитию мировой экономики в период Нового времени.

История политических и экономических отношений между Россией и Монголией также уходит своими корнями в глубокое прошлое, но близкие межгосударственные отношения между этими странами развиваются только с начала XVII в. Это связано с тем, что районы расселения монгольского народа и их земель стали соотноситься с границами российских владений.

В 1608 году в первый раз состоялся обмен посольствами между Монголией и Россией. Позднее, в 1689 г. Был подписан очень важный Нерчинский договор, регулировавший торговлю между Монголией и Россией, а после того, как монголы потеряли свою независимость в 1691 г., монгольско-русские отношения до 1911 г. регулировались многочисленными русско-китайскими нормативно-правовыми актами.

Несмотря на то, что цинские правители вводили жесткие ограничения и даже запреты, между монголами и русскими всегда существовали тесные связи и хорошие взаимоотношения. Пограничное население постоянно вступало между собой в непосредственные контакты, а на монгольско-русской границе шла непрерывающаяся мелкая розничная торговля. В это же время получил развитие торговый караванный путь, который пересекал Внешнюю Монголию с севера на юг и проходил через российский город Кяхту.

Постепенно торговля между Монголией и Россией стала осуществляться по всей границе и во внутренних районах Монголии. Чайная торговля и привоз из России в Китай пушнины, сукна, тканей через Кяхту-Ургу-Калган-Пекин привела к тому, что общий объем русско-монгольской торговли с 1861 по 1900 гг. вырос в 80 раз.

Монголия постоянно экспортировала в Россию мясо, конский волос, кожу, войлок, шерсть, и другие продукты животноводства. Эти товары проходили обработку на российских предприятиях, который были расположены в Монголии. С 1908 г. только через Западную и Северную границы Монголии ежегодно поставлялось 340 тыс. голов скота, а в 1911 г. российские скотопромышленники закупили в Монголии 1,1 млн. голов. Живой скот составлял 40% всего русского экспорта из Монголии. В стоимостном выражении общий годовой оборот монгольско-русской торговли возрос с 15 млн. в 1910 г. до 19,5 млн. руб. в 1917 г. [3].

В 1912-1915 гг. на монгольском рынке появляются российские фирмы, который смогли наладить ввоз на монгольский рынок товаров, который раньше ввозились только китайскими торговцами. Этими товарами были чай и далемба (вид сукна), которые всегда пользовались большим спросом у монгольского народа.

По инициативе российского представительства в Урге создавались русские и монгольские предприятия, из числа которых, в первую очередь, следует назвать российско-монгольскую типографию, телеграф, строительство электростанции в Урге и др. Русские торговцы с помощью властей занимались ремонтом и улучшением дорог, по которым проходили основные торговые маршруты, без которых невозможно было вести успешную торговлю [3].

Таким образом, уже до начала XX в. Монголия и Россия имели тесные экономические отношения, которые способствовали экономическому развитию обоих государств.

Новый этап международного экономического сотрудничества двух стран начинается после Октябрьской революции 1917 г., которая произошла в России, и победы Народной революции 1921 г., которая произошла в Монголии. В 1921 году был подписан Договор о дружбе и сотрудничестве между Россией и Монголией, который способствовал развитию дипломатических и торгово-экономических отношений между государствами [3;4].

В 1923 г. между СССР и Монголией было заключено первое торговое соглашение. Доля Советского Союза во внешней торговле Монголии быстро росла. Если в 1923-1924 гг. на СССР приходилось всего 14% монгольского экспорта, то в 1928-1929 гг. – 85,5% [1.С.16-17].

В процессе расширения торговли между нашими странами происходило вытеснение из товарооборота Монголии иностранного капитала. Уже в 1931 г. Советский Союз становится единственным покупателем монгольского скота и сырья и превращается в основного поставщика промышленных товаров в МНР [1.С.143-144].

На современном этапе особенностью международной торговли в Монголии являются быстрые темпы роста в результате углубления разделения труда и интернационализации мирового хозяйства, НТП, усиление роли ТНК в международной торговле, увеличение масштабов и темпов вывоза капитала.

В настоящее время Монголия проводит широкую открытую внешнеэкономическую политику, имеет торгово-экономические отношения более чем с 60 странами мира, соблюдая принцип равноправия в отношениях с любой страной. Приоритетом является сотрудничество с соседними странами – Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой, что объясняется несколькими причинами. Во-первых, географическое положение Монголии таково, что позволяет часто и быстро устанавливать контакты с Россией.

Во-вторых, монгольский и российский народы связывают дружественные отношения, которые существовали всегда. Монголия и Россия всегда были торговыми партнерами и друзьями, а отношения двух стран развивались достаточно быстро. Народы этих всегда были связаны крепкими политическими и культурными отношениями.

В-третьих, необходимость сотрудничества вызвана тем, что не в полной мере используются имеющиеся ресурсы и возможности для развития двусторонних торгово-экономических отношений, что связано с временными трудностями переходного периода наших стран [5].

И, наконец, в четвертых, от дальнейшего развития и расширения внешнеэкономических связей Монголии с Россией в большой степени зависит и дальнейшее социально-экономическое развитие Монголии [3].

На рубеже 80-х и 90-х гг. во взаимоотношениях России и Монголии наших стран произошли коренные перемены, связанные с распадом СССР и переходом России и Монголии к принципам рыночной экономики и демократии. В новых исторических условиях, был подписан Договор о дружественных отношениях и сотрудничестве между Россией и Монголией. В соответствии с данным Договором Россия и Монголия решили проводить в отношении друг друга открытую экономическую политику, продолжать развивать равноправное и взаимовыгодное сотрудничество. Данный подход определил характер торгово-экономических связей двух стран на перспективу.

В настоящее время Россия является, наряду с Китаем, наиболее активным торговым партнером Монголии. При этом сохраняется сырьевая направленность взаимной торговли. Так, в монгольском экспорте преобладают две товарные группы (минеральные продукты – 70%, сельскохозяйственное сырье – 25%). В монгольском импорте товаров из России также преобладают две товарные группы (до 50% приходится на нефтепродукты, 20% на продовольственные товары). Представляется, что странам следует акцентировать внимание на развитие торговли машинно-технической продукцией, тем более что российский экспорт в Монголию по данной статье в последние годы стабильно растет, и достиг уровня в 25%. Дополнительным стимулом к расширению взаимной торговли продукцией с высокой степенью обработки может стать обмен в рамках совместных предприятий [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что экономические связи между Монголией и Россией в современных условиях должны развиваться и осуществляться на новом, более высоком уровне.

Список использованных источников и литературы

1. Буглай В.Б. Международные экономические отношения: Учебник для вузов / В.Б. Буглай, Н.Н. Ливенцев. – М.: Финансы и Статистика, 2001. – 256 с.
2. Договор о дружественных отношениях и сотрудничестве от 14 января 1993 г. – URL : http://nova.rambler.ru/cl?rex=0B0E1734F85989BB&block=serp&st=1363665255&id=title_2&rnd=0.24908452951562954&key=waSP6fh_J7hSDzDQBV2nlLxRIJtKqyfuOE-fdP1xwkIVc_jiWi3lnO8fASm2VEYTzmVXpsDN_oxxuQ3HcQh7t40vBsDjve9DVIJLrYvlSUYe8zCqN UUOESpmLm0T1CxGrNbFHwA5h-n3eSi87pBvQhHXjpDr1CmvlrX4fpF1jdXjrh02CG9kI2BuzY0KYa_&URL=http%3A%2F%2Fwww.businesspravo.ru%2FDocum%2FDocumShow_DocumID_55411.html&yid=1363665255266842-1083338973686824700469291-6-021-XML&ruid=00000001513568717C0C5607018CFC01 (дата обращения 11.03.2013)
3. Официальный сайт МИД Монголии – URL: <http://www.extmin.mn/> (дата обращения 10.03.2013)
4. Официальный сайт МИД РФ – URL: <http://www.mid.ru/> (дата обращения 10.03.2013)
5. Страницы, посвященные Монгольско-Российской Ассамблеи по развитию экономического сотрудничества – URL: http://www.ex.ru/mongolia_assembly.html (дата обращения 10.03.2013)

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ ЭЛЕМЕНТОВ АВТОМАТИЗАЦИИ РАСПОЗНАВАНИЯ ОБРАЗОВ ПРИ НЕИНТРУЗИВНОМ КОНТРОЛЕ КРУПНОГАБАРИТНЫХ ГРУЗОВ

Даниличев А.В., студент
Санкт-Петербургский имени В.Б.Бобкова филиал
Российской таможенной академии

Среди современных технологий, позволяющих обеспечить высокий уровень качества таможенного контроля трансграничных товарных потоков, значительным потенциалом, по мнению Всемирной таможенной организации, обладают технические решения, применяемые в системах неинтрузионного досмотра. Неинтрузивный (неразрушающий) контроль – применение методов, не требующих нарушения целостности, разрушения и/или разборки контролируемого объекта или физического доступа к контролируемому объекту. В этом направлении ведущими являются рентгеновские методы.

Применяемая в таможенных органах досмотровая рентгеновская техника (ДРТ) как вид аппаратуры интроскопии предназначена для получения визуальной информации о внутреннем устройстве и содержимом контролируемого объекта таможенного контроля. Одним из видов ДРТ являются инспекционно-досмотровые комплексы (ИДК), предназначенные для интроскопии крупногабаритных объектов таможенного контроля, отличающихся значительными размерами, весом, составом конструкционных материалов, повышенной плотностью загрузки различными видами перевозимых в них товаров [3].

Ведущее место в технологии неинтрузивного (неразрушающего) контроля принадлежит рентгеновским методам. Таможенные органы располагают разнообразным, рентгеновским оборудованием, в котором воплощены самые передовые достижения науки и техники.

Вместе с тем окончательную интерпретацию рентгеновского образа даёт человек – специалист в области таможенного дела. Именно он выносит вердикт, на основании которого принимается то или иное решение. От персонала, осуществляющего неинтрузивный контроль, требуется соответствующий уровень специальной подготовки и определённый опыт распознавания рентгеновских образов. Уменьшение рисков, связанных с ошибками операторов достигается разработкой современных автоматизированных систем распознавания рентгеновских изображений, уникальных методик обучения, совершенствованием образовательных технологий.

Дальнейшее развитие систем неинтрузивного контроля, с нашей точки зрения, должно идти, в первую очередь, по пути совершенствования теоретических и инженерных разработок, направленных на создание электронных систем распознавания образов, создание программного обеспечения с целью уменьшения субъективного фактора и ускорения процедуры досмотра [4].

Для создания системы распознавания образов и «обучения» машины интерпретации рентгеновских изображений потребуется создание экспертной системы.

Экспертная система (ЭС, англ. expertsystem) – компьютерная программа, способная частично заменить специалиста-эксперта в разрешении проблемной ситуации.

В информатике экспертные системы рассматриваются совместно с базами знаний как модели поведения экспертов в определенной области знаний с использованием процедур логического вывода и принятия решений, а базы знаний — как совокупность фактов и правил логического вывода в выбранной предметной области деятельности.

Схематично свойства экспертной системы можно представить следующей блок-схемой (рис.1.)



Рис.1. «Свойства экспертной системы»

В блоке «Накопление и организация знаний» под словом «знаний» подразумеваются те знания, которые получает машина в процессе обучения.

Блок «Применение высококачественного опыта» является ключевым, поскольку специалисты должны располагать уникальным опытом распознавания изображений рентгеновского сканирования.

Именно этот опыт и позволит создать базу образов-изображений (знаний), систематизировать эту базу, сформировав кластеры.

Очевидно, что в процессе распознавания машине могут предъявляться образы, отсутствующие в базе. Поэтому экспертная система должна располагать программным продуктом, позволяющим машине «самообучаться».

Результат самообучения характеризует пригодность выбранного пространства, т.е. тех самых сформированных нами кластеров, для конкретной задачи обучения распознаванию. Если абстрактные образы, выделяемые в процессе самообучения совпадают с реальными, то пространство выбрано удачно. Чем сильнее абстрактные образы отличаются от реальных, тем хуже выбранное пространство для конкретной задачи.

Задачу самообучения на описательном уровне можно сформулировать следующим образом: системе одновременно или последовательно предъявляются объекты, без каких либо указаний об их принадлежности к образам. Входное устройство системы отображает множество объектов на множество изображений и, используя некоторые, заложенные в нем заранее, свойства делимости образов, производит самостоятельную классификацию этих объектов. После такого процесса самообучения, система должна приобрести способность к распознаванию не только уже знакомых объектов (объектов из обучающей последовательности), но и тех, которые ранее не предъявлялись.

В результате самообучения система самостоятельно приобретает способность к выработке одинаковых реакций на изображения объектов одного и того же образа и различных реакций на изображения различных образов. Большинство известных алгоритмов самообучения способны выделять только абстрактные образы, т.е. компактные множества в заданных пространствах. Различие между ними состоит в формализации понятия компактности.

Однако это не снижает, а иногда и повышает, ценность алгоритмов самообучения, т.к. часто сами образы заранее никем не определены, а задача состоит в том, чтобы определить какие подмножества изображений в заданном пространстве представляют собой образы. В таком понимании задачи алгоритмы самообучения генерируют заранее неизвестную информацию о существовании в заданном пространстве образов, о которых ранее никто не имел никакого представления. Разработка данной системы окажется весьма полезной для использования в учебном процессе для подготовки операторов ИДК. Ежегодно возрастает число лиц, проходящих обучение организации оперативного применения и технической эксплуатации ИДК. Интерес проявляют не только таможенные органы, но и иные структуры, использующие ДРТ (досмотровая рентгеновская техника) в сфере обеспечения национальной безопасности: МВД, ФСБ, собственные службы безопасности различных ведомств и организаций [4]. В связи с этим актуальной представляется разработка автоматизированной системы распознавания рентгеновских изображений при неинтрузивном контроле крупногабаритных грузов на основе систематизации опыта их интерпретации.

Следует понимать, что, являясь специалистами весьма узкого профиля, операторы неинтрузивного контроля должны обладать широким набором профессиональных компетенций в области таможенного дела, радиационной и электробезопасности, рентгенологии и т.д. Следовательно, подход к их подготовке должен быть системным. К настоящему времени накоплен определенный опыт организации непосредственно учебного процесса, который включает теоретические и практические занятия по основным вопросам эксплуатации ДРТ. Так, в Санкт-Петербургском имени В.Б.Бобкова филиале Российской таможенной академии разработан авторский курс «Основы интерпретации рентгеновских изображений», в рамках которого излагаются ключевые принципы рентгенологии, адаптированные к потребностям «немедицинской диагностики». Предложенная схема организации учебного процесса получила высокие оценки представителей стран-участниц Всемирной таможенной организации в ходе прошедшего в 2010 г. на базе филиала семинара «Неинтрузивные методы досмотра» [3].

В целом, обучение проводится в рамках системы повышения квалификации должностных лиц таможенных органов и по аналогии с иными программами дополнительного профессионального образования (ДПО). Учебно-тематические планы и содержательная часть программ первоначальной подготовки и повышения квалификации операторов ИДК составлены, преимущественно, эмпирическим путем. В то же время четко не определены образовательные, квалификационные, психологические, физиологические, валеологические характеристики, позволяющие проводить профессиональный отбор. Не разработаны критерии оценки диагностической эффективности лучевых методов контроля, которые учитывали бы специфику организации данного вида деятельности. Следовательно, отсутствует возможность объективной оценки качества выполнения профессиональных задач операторами ИДК. В этой связи становится чрезвычайно актуальной разработка инструментария, позволяющего компенсировать недостаточный уровень профессионализма в сфере интерпретации изображений.

Не вызывает сомнений тот факт, что применение систем сканирования позволяет повысить эффективность работы по выявлению незаконно перемещаемых грузов, при этом не ведя к увеличению временных затрат, связанных с оформлением перемещаемых через границу товаров. Понимая это, необходимо, однако, отдавать себе отчет в том, что приобретение подобного оборудования связано со значительными финансовыми затратами, а интеграция данных агрегатов в систему таможенного оформления напрямую затрагивает принципы функционирования отдельных подразделений таможенной службы и может обусловить необходимость определенной корректировки как существующей ведомственной инфраструктуры, так и применяемых процедур. Для целей получения максимальной отдачи от подобных инвестиций необходимо обеспечить эффективное применение приобретаемого оборудования, что невозможно без создания автоматизированной системы распознавания рентгеновских изображений.

Таким образом, актуальность представленной проблемы определяется наличием противоречий между:

- качественно изменившимися требованиями общества к силам, обеспечивающим национальную безопасность, и реальной готовностью специалистов таможенного профиля к деятельности по достижению новых целей в данной сфере;
- потребностью Федеральной таможенной службы в специалистах нового поколения, способных комплексно решать проблему обеспечения национальной безопасности, использовать инновационные технологии и отсутствием в целевой, содержательной, технологической составляющих подготовки ориентации на новейшие достижения в области информационных технологий;
- накопленным опытом организации дополнительного таможенного образования и отсутствием результатов теоретико-методического обобщения этого опыта для использования его в подготовке специалистов в области неинтрузивного контроля с помощью автоматизированных систем;
- объективной необходимостью при определении целей, содержания, технологий, организационной структуры дополнительных образовательных программ в реализации подходов, ориентированных на подготовку к деятельности в ситуации неопределенности и сложившейся узкопрофильной и предметно-знаниевой модели подготовки;
- потребностью в научном обеспечении компетентностного подхода в дополнительном таможенном образовании и отсутствием в достаточной мере отработанных методологических и теоретических представлений, адекватных запросам современной практики.

Разрешение данных противоречий позволит укрепить экономическую безопасность государства, внедрение инновационных технологий позволит создать качественно новую основу для реализации функций таможенных органов, повысить их эффективность.

Список использованных источников и литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 12 мая 2009 года № 537 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» // [Электронный ресурс] – URL: <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html>
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 августа 2004 г. № 429 «О Федеральной таможенной службе» // [Электронный ресурс] – URL: <http://www.rg.ru/2004/08/26/tamozhnya-dok.html>
3. Материалы семинара Всемирной таможенной организации «Неинтрузивные методы досмотра». – Санкт-Петербург, 2010
4. Афонин П.Н. Работа на досмотровых рентгеновских аппаратах – СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2009. – 236 с.

ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ПЕРЕМЕЩЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ТС

Ефремова Е.В. студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Культурные ценности (в частности антиквариат) довольно часто становятся объектами преступных действий. Нелегальный оборот и контрабанда культурных ценностей наносит большой ущерб российскому культурному наследию. Незаконные операции с культурными ценностями уступают доходностью только нелегальной прибыли, извлекаемой из незаконного оборота оружия, наркотиков и торговли людьми [1]. Ежегодно в России растет число преступлений, связанных с контрабандным ввозом-вывозом ценностей. По состоянию на 2011 г. в России числились в розыске более 17 тысяч культурных ценностей [2].

Государством установлены особые правила вывоза из России и ввоза на ее территорию культурных ценностей. Порядок их перемещения через таможенную границу ТС регламентируется Таможенным кодексом ТС, и ФЗ «О ввозе и вывозе культурных ценностей».

Правильная классификация данного вида товаров является важным вопросом, как в таможенной сфере, так и в плане защиты экономических интересов РФ, защиты культурного и исторического достояния.

Данный вид товаров составляет в товарной номенклатуре ТС (ТН ВЭД ТС) особую 97 группу – «Произведения искусства, предметы коллекционирования и антиквариат».

В общем объеме товарооборота Таможенного союза произведения искусства и антиквариат составляют очень и очень маленькую долю. Экспорт товаров 97 группы Таможенного союза с третьими странами за 2012 г. 3 904 533 долл. США, а общий оборот составил 600 130 058 015 долл. Но стоит заметить, что в экспорте произведений искусства, предметов коллекционирования и антиквариата, большая доля за Россией 88,44 % [3]. Та же ситуация и с импортом (доля России в импорте 87,62%) [4].

Практика применения ТН ВЭД ТС в отношении товаров 97 группы несет в себе определенные сложности. Сложности возникают в связи с отсутствием четких понятий терминов «произведение искусства», «культурная ценность» и «антиквариат» (в частности «антикварное оружие»).

Нередко возникают сложности с тем, относятся ли предметы к антиквариату. С юридической точки зрения под антиквариатом понимаются «культурные ценности, созданные более 50 лет назад» [5]. Но Товарная номенклатура ТС устанавливает иной возраст для антиквариата, не менее 100 лет, если он не включен в другие вышеназванные товарные позиции 97 группы. Стоит заметить, что закон запрещает вывозить с территории РФ культурные ценности, созданные более чем 100 лет назад. Интерес к этим товарам проистекает из их возраста и, как общее следствие, их редкости.

Немаловажным фактором при классификации предметов искусства и коллекционирования является оценка их рыночной стоимости. Такой вид оценки основывается на статистике сделок с предметами-аналогами на мировом и отечественном рынках. Например: оценка картины подразумевает глубокий анализ продаж других работ художника, выполняется корреляция по размеру и качествам сопоставимых с исследуемым произведением.

Конечно же, от должностного лица таможенных органов нельзя требовать специальных познаний в искусстве. Если при классификации товаров у должностного лица возникают сомнения в правильности отнесения ввозимых товаров к культурным ценностям, он вправе потребовать назначения историко-искусствоведческой экспертизы. Постановление о назначении данной экспертизы выносится с согласия начальника таможенного органа или его заместителя.

Искусствоведческая экспертиза проводится экспертами – искусствоведами, обладающими специальными познаниями в этой области. Целью этой экспертизы является установление исторической, художественно-культурной, научной значимости произведений искусства и предметов антиквариата.

Объектами искусствоведческого исследования являются произведения живописи, скульптуры, графики, декоративно-прикладного (профессионального и народного) искусства, кино- и видеопродукция, фотоматериалы т.д. Такие произведения могут быть выполнены из различных материалов. Это могут быть, например, монументальные памятники культуры, предметы одежды и др.

Эксперт, проводящий исследование культурных ценностей, вправе ответить только на вопрос о культурной ценности предмета. О том, действие каких специальных правил распространяется на данный предмет (Попадает ли он под закон «о ввозе и вывозе культурных ценностей, не запрещен ли к вывозу?»), отвечает только эксперт РОСОХРАНКУЛЬТУРЫ (Федеральная служба по надзору за соблюдением законодательства в области охраны культурного наследия). Это закрепляется в ст. 15 закона «О ввозе и вывозе культурных ценностей» Предмет, обладающий культурной ценностью, может быть вывезен (или не может быть вывезен) за пределы РФ при наличии Свидетельства на право вывоза культурных ценностей и уплаты государственной пошлины.

Перемещение через границу произведений искусства, предметов коллекционирования и антиквариата имеет свои особенности.

Культурные ценности являются товаром, подлежащим обязательному письменному декларированию при вывозе из России. Соответственно при прохождении таможенного контроля (через «красный» коридор) следует предъявить таможенную декларацию установленного образца в двух экземплярах [6]. Физические лица имеют право ввозить/вывозить необходимые им культурные ценности (в т.ч. для организации выставок, осуществления реставрационных работ и научных исследований, в связи с театральной, концертной и иной артистической деятельностью и т.д.) которые не будут использоваться для производственной или иной коммерческой деятельности [7].

Как упоминалась выше, одним из основополагающих документов, регламентирующих порядок вывоза и ввоза культурных ценностей, является закон «О вывозе и ввозе культурных ценностей». Под действие данного закона подпадают исторические ценности (связанные с историческими событиями, а также относящиеся к деятельности выдающихся личностей), предметы и фрагменты, полученные в результате археологических раскопок, художественные ценности (скульптурные произведения, гравюры, редкие коллекции и образцы флоры и фауны, старинные монеты и многое другое).

Действие Закона «О вывозе и ввозе культурных ценностей» не распространяется на современные сувенирные изделия, предметы культурного назначения серийного и массового производства.

Предмет, обладающий культурной ценностью, может быть вывезен за пределы России только при наличии соответствующего свидетельства выданного Росохранкультурой. Специалисты данного государственного органа проводят экспертизу подлежащих к вывозу предметов. В случае, если экспертиза установила, что предметы не несут культурной ценности, декларанту предоставляется справка это подтверждающая, и он может спокойно перевезти предметы через границу РФ. Это касается, в частности, вывоза живописных, скульптурных и графических работ, предметов декоративно-прикладного искусства, дизайнерских проектов, инсталляций, предметов детского творчества, созданных менее 50 лет назад, а также предметов быта, независимо от времени их создания, не находящихся на государственном учете.

Классификация товаров сложный процесс и не всегда товарная номенклатура ТС применяется правильно. Ошибки совершают не только декларанты, но и таможенные органы. В связи с этим

возникают судебные споры и разбирательства. Наиболее часто камнем преткновения между декларантами и таможенными органами является классификация антикварного оружия.

Антиквариат вообще в силу своей специфики выступает особым объектом гражданского права, а такой вид антиквариата как антикварное оружие подчинен специальному правовому регулированию.

В товарной номенклатуре Таможенного союза все виды оружия (кроме боевых машин) включены в товарную группу 93. Однако в правилах интерпретации четко установлено, что в данную группу не входят предметы коллекционирования и антиквариат (товарные позиции 9705, 9706). В случае если оружию более 100 лет, то оно автоматически переходит из группы 93 (оружие) в группу 97 (предметы коллекционирования и антиквариат) [8].

Сложность с классифицированием антикварного оружия состоит в том, что в ни российском законодательстве, ни в искусствоведческой литературе нет юридического определения «антикварное оружие». Согласно требованиям действующих международных договоров и внутреннего законодательства можно сделать вывод о том, что антикварными являются старинные предметы возрастом более 100 лет. Таким образом, любой предмет, возраст которого превысил 100 лет, просто автоматически убирается из категории «оружие» и относится к категории «антиквариат».

Закон «Об оружии» (с изменениями от 29.06.2012) дает определение оружию, имеющему культурную ценность и старинному (антикварному) оружию. В соответствии с этим законом, оружие, имеющее культурную ценность это оружие, включенное в состав Музейного фонда Российской Федерации либо подпадающее в под действие Закона РФ «О вывозе и ввозе культурных ценностей». Старинное (антикварное) оружие определяется как огнестрельное, метательное и пневматическое оружие, изготовленное до конца 1899 года (за исключением огнестрельного оружия, изготовленного для стрельбы патронами), а также холодное оружие, изготовленное до конца 1945 года [9].

Но что касается закона РФ «Об оружии», то этот Федеральный закон регулирует правоотношения, возникающие исключительно при обороте гражданского, служебного, а также боевого ручного стрелкового и холодного оружия на территории Российской Федерации, и абсолютно не распространяется на оружие, созданное более 100 лет назад, то есть согласно международным договорам России, являющееся антиквариатом.

То же самое указано и в Постановлении правительства РФ № 814 от 21.07.1998 г. «О мерах по регулированию оборота гражданского и служебного оружия и патронов к нему на территории РФ». Именно поэтому при условии письменного декларирования и оплаты таможенных платежей ввоз антикварного оружия возрастом более 100 лет был и остался абсолютно свободным.

Помимо этого в законе «Об оружии» отсутствует норма, устанавливающая требования по лицензированию и получению разрешений на оружие, имеющее культурную ценность. Среди видов оружия, запрещенного к обороту на территории РФ, оружие возрастом более 100 лет также отсутствует [10].

Более того, любой выстрел из оружия, имеющего культурную ценность, наносит ему вред, за порчу культурных ценностей предусмотрена статья 243 УК РФ.

В споре между отнесением старинного оружия к товарной группе 93 (оружие) или к группе 97 (предметы коллекционирования и антиквариат), основой разделения товаров является их первичное предназначение. Первичным предназначением антиквариата более 100 лет является его сбор и хранение в коллекциях, но никак не поражение цели.

Трудности в классификации возникают не только с антикварным оружием, но и с более крупными приобретениями, например такими, как автомобиль. Конечно, ситуация, связанная с ввозом на территорию России автомобиля и его последующим оформлением, – не редкость. Однако, совсем другое дело, если этот автомобиль относится к так называемой категории олдтаймеров.

Таможенные органы предлагают декларанту два варианта действий, в отношении классифицирования ретро-автомобилей в соответствии с товарной номенклатурой ТС.

В первом случае, если декларант собирается использовать ретро-автомобиль как транспортное средство, то есть собирается получить допуск к участию в дорожном движении, то в этом случае необходимо оформить ретро-автомобиль по всем правилам с уплатой таможенных платежей, после чего в таможене будет выдан паспорт транспортного средства (ПТС). Однако такое оформление обойдется владельцу автомобиля в весьма внушительную сумму.

Во втором случае, декларант может провезти машину, как культурную ценность. Конечно, далеко не каждый предмет искусства или старинный автомобиль является культурной ценностью. Решение об отнесении авто к этой категории товара может принять только эксперт Росохранкультуры, специализирующийся на старинных автомобилях. При этом само авто должно соответствовать определенным требованиям: быть выпущенным более 50-ти лет назад и, самое главное, состоять из оригинальных запчастей, то есть тех, которые поставили в свое время на заводе при сборке. Такие автомобили, как правило, признаются культурной ценностью при ввозе и, соответственно, освобождаются от таможенных платежей и пошлин [11].

В завершение стоит заметить, что не всегда контрабандное перемещение товаров происходит в целях преступной наживы, часто это связано с незнанием правил ввоза/вывоза предметов искусства и коллекционирования, и их правильной классификации. Поэтому проблема правильной классификации

вообще, и культурных ценностей в частности, является одним из актуальных вопросов современного таможенного дела.

Список использованных источников и литературы

1. Кулишов Д. Н. Некоторые правовые вопросы противодействия преступной деятельности, связанной с контрабандой культурных ценностей // Актуальные проблемы российского права – 2011. – №3. – С. 172.
2. Все о таможене – URL: <http://www.tks.ru/crime/2011/03/01/04>
3. Структура экспорта товаров Таможенного союза по группам ТН ВЭД ТС в торговле со всеми странами за январь-декабрь 2012 года // База данных Таможенного союза – URL: http://www.tsouz.ru/db/stat/eCU201212/Documents/XX201212_1.pdf
4. Структура импорта товаров Таможенного союза по группам ТН ВЭД ТС в торговле со всеми странами за январь-сентябрь 2012 года // База данных Таможенного союза – URL: http://www.tsouz.ru/db/stat/eCU201209/Documents/XX201209_5.pdf
5. Письмо Госналогслужбы РФ от 21.06.1994 N ЮБ-4-04/73н «О реализации предметов антиквариата и создании специально уполномоченного органа государственного контроля по сохранению культурных ценностей» // ИПС «Консультант-Плюс» – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=3965>
6. Руководство по ввозу и вывозу культурных ценностей: Россия и Европейский Союз. – 2007. – С.268.
7. Перемещение культурных ценностей через границу РФ // Информационно-консультационная система «Виртуальная Таможня» – URL: http://www.vch.ru/cgi-bin/guide.cgi?table_code=9&action=show_section&id=7
8. Николаев В. Антикварное оружие и новый Таможенный кодекс – URL: <http://bratkoferro.com/docs.php?action=docdet&dd=24>
9. ФЗ РФ от 15 апреля 1993 года N 4804-1 «О вывозе и ввозе культурных ценностей» // ИПС «КонсультантПлюс»
10. Трудный путь «Кирасира» // Калашников. Оружие, боеприпасы, снаряжение – 2007. – №10. – С. 91. – URL: http://www.kalashnikov.ru/upload/medialibrary/204/090_093.pdf
11. Автомобиль – как культурная ценность // Информационно-консультационная система «Виртуальная Таможня»

АТОМНАЯ ЭНЕРГЕТИКА МИРА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Иванисенко Е.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Ядерная энергетика (атомная энергетика) – это отрасль энергетике, занимающаяся производством электрической и тепловой энергии путём преобразования ядерной энергии. Она производится на атомных электрических станциях, используется на атомных ледоколах, атомных подводных лодках.

Атомная энергетика зародилась и получила широкое развитие во второй половине XX века. Сегодня в мире действует 442 атомных энергоблока [1]. За счёт атомной энергетики удовлетворяется более половины всех потребностей электроэнергии во Франции, Литве, Польше, Словакии, Швеции, Украине и Южной Корее. В Западной Европе в среднем треть всей используемой в народном хозяйстве электроэнергии производится на АЭС [2]. Предмет данной работы – состояние и перспективы развития атомной энергетики в мире.

Первое место в мире по объёму производимой на АЭС электроэнергии занимают США. В США действуют 104 атомных реактора, американские АЭС производят пятую часть всего объёма электроэнергии, вырабатываемой на АЭС всего мира [3]. В 31 штате страны есть, как минимум, одна АЭС [4]. На АЭС приходится 19 % всей электроэнергии, производимой в стране [5].

Второе место в атомной энергетике мира занимает Франция, занимающая по этой позиции лидирующее положение в Евросоюзе. В стране действует более полусотни реакторов, на АЭС Франции вырабатывается 80% всей производимой в стране электроэнергии [4]. Лидером французской энергетике является государственный концерн «Арева» – единственный в мире концерн, обеспечивающий полный ядерный цикл от добычи и обогащения урана до изготовления реакторов и утилизации ядерных отходов. Компания «Арева» возникла в 2001 г. в результате слияния ряда государственных и полугосударственных компаний. Концерн контролирует 30% мирового рынка производства и обслуживания ядерных реакторов и 80% рынка регенерации ядерного топлива [9].

В настоящее время Франция, прежде всего, за счёт АЭС, производит электроэнергии больше, чем потребляет, что позволяет осуществлять экспорт электроэнергии в соседние страны – Великобританию, Италию и Швейцарию. Франция экспортирует не только электроэнергию. Так, например, она поставляет

в США 40% всех паровых генераторов, используемых в производстве ядерных реакторов, и 80% всех корпусов ядерных реакторов.

Япония, как известно, является единственной страной в мире, пострадавшей от разрушительного воздействия ядерного оружия в военное время. Тем не менее, правительство страны поддерживает использование атомной энергии в мирных целях [4]. Япония занимает третье место в мире по выработке электроэнергии на АЭС. Доля атомной энергетики в энергообеспечении Японии составляет 29%, в эксплуатации находится 53 блока АЭС [6].

Четвёртое место в мировом рейтинге стран по объемам атомной электроэнергетики занимает Германия. Атомная энергетика обеспечивает 32% всей электроэнергии страны. При этом только один блок Изар-2 вырабатывает столько же энергии, сколько 15 тысяч ветряных энергоустановок Германии, – 12,3 млрд. кВтч в год [4].

К числу ведущих в области атомной энергетики стран относится и Россия. На 10 АЭС России действует 31 энергоблок. На долю «мирного» атома приходится 16% всей производимой в стране электроэнергии. Российская Федерация является мировым лидером по экспорту ядерного топлива. Её доля на мировом рынке по этой позиции составляет 40%) [7].

Названные страны – признанные лидеры в мировой атомной электроэнергетике. На них приходится основная часть мощности всех АЭС, а также вырабатываемой на них электроэнергии. Всего стран, имеющих АЭС, в мире более трёх десятков, причём расположены они почти во всех регионах мира.

Атомная энергетика всегда была и остаётся отраслью, разделившей людей на два лагеря – сторонников и противников её существования и дальнейшего развития. Обострению проблемы судеб атомной отрасли, безусловно, способствовали катастрофы на крупнейших АЭС – Чернобыльской в 1986 и Фукусима в 2011 г. Под давлением общественного мнения правительства ряда некоторых стран вынуждены были даже вносить определённые коррективы в программы развития атомной энергетики. Тем не менее, складывается впечатление, что в целом их свёртывания не происходит.

Конгресс США в 2007 г. принял закон об энергетической политике (EnergyPolicyAct), предусматривающий инвестиции в атомную энергетику в размере \$13 млрд. Таким образом, сегодня атомная отрасль США переживает новый расцвет: за последние 10 лет прирост производительности американских АЭС был эквивалентен вводу в строй 23 блоков мощностью 1 000 МВт [4]. К 2050 году Министерство энергетики США намерено увеличить количество ядерных энергоблоков с 104 до 300 [5].

Япония начала и продолжает серьёзное сотрудничество с Францией в сфере атомной энергетики. Её соглашения с Монголией, Казахстаном и Узбекистаном открывают японским корпорациям доступ к урановым месторождениям этих государств [6]. В соответствии с «дофукисимовскими» планами планировалось увеличить производство ядерной энергии к 2015 г. на 30% , что означало строительство 12 новых АЭС. Затем к 2020-му году намечалось ввести в строй 7 новых энергоблоков АЭС, а к 2030 – ещё 3 реактора. Таким образом, к 2030 году, атомная энергия должна была обеспечивать более 40 % потребностей Японии, став крупнейшим источником энергии [6]. После известной катастрофы на АЭС Фукусима-1 в японском обществе усилились негативные настроения относительно дальнейшего развития атомной энергетики в стране. В последующем руководство страны издало приказ об отказе АЭС.

В настоящий момент по решению нового руководства страны в Японии продолжают функционировать только 2 из 50 атомных реакторов[10].

Согласно позиции немецкого правительства, для Германии «невозможно ни с экономической, ни с экологической точки зрения» отказаться от ядерной энергетики. Именно АЭС предотвращают ежегодный выброс 165 млн. тонн диоксида углерода (т.е. столько же, сколько весь автомобильный транспорт страны в год). Зависимость от российского газа (Германия покрывает им 47% своих потребностей) ставит под угрозу энергетическую безопасность страны. После взрыва на Фукусима – 1 Германия, решила полностью отказаться от атомных электростанций в течение 11 лет [11].

Сегодня Германия, столкнувшись с опасностью энергетического кризиса, радикально пересматривает свою энергетическую стратегию. В том числе в пользу развития атомной энергетики [7]. В то же время в стране достаточны, сильны позиции «зелёных», и правительству ФРГ нельзя не считаться с ними. Тем более в преддверии парламентских выборов.

Правительство Российской Федерации утвердило федеральную целевую программу «Развитие атомного энергетического комплекса России на 2007-2010 годы и на перспективу до 2015 года». Планируется на первом этапе, начиная с 2009 года, вводить в эксплуатацию ежегодно не менее 1000 МВт ядерных мощностей, после 2015 года – не менее 2000 МВт [4].

Атомная энергетика активно развивается в КНР. Высокие темпы развития экономики Китая требуют дополнительных энерго мощностей, которых в стране уже сегодня не хватает. Учитывая опыт «старых» атомных стран, Китай оснащает свои АЭС реакторами третьего поколения с повышенной системой безопасности [5]. В настоящее время в стране работают 11 энергоагрегатов общей мощностью 8,7 млн. кВт. Следует отметить, что большая часть ядерного топлива, используемого на китайских АЭС, производится в КНР. К 2015 году в Китае будет построено не менее 32 новых атомных энергоблоков стоимостью \$1.5 млрд каждый [4].

Амбициозная задача – разработать оригинальные ядерные технологии, чтобы не зависеть от зарубежных специалистов, – была в своё время поставлена в Индии. И она была успешно выполнена. Сегодня Индия имеет 5 АЭС с 15 энергоблоками суммарной мощностью 3260 МВт, причём зависимость Индии от иностранного оборудования и материалов в атомной промышленности не превышает 10 % [9]. В течение ближайших 8 лет Индия намерена втрое увеличить производственную мощность реакторов. А в ближайшие 25 лет в стране планируется построить 40 новых энергоблоков и тем самым увеличить ядерный потенциал в 9 раз. Кроме того, по оценкам экспертов, Индия в ближайшей перспективе сможет построить АЭС в других странах Азии [8].

В Африке имеется только одна АЭС – в ЮАР. Но развивать ядерную энергетику сегодня планируют и другие африканские страны. Египет уже объявил тендер на строительство АЭС. Тунис подписал соглашение с Францией о сотрудничестве в сфере атомной энергетики. Есть такое же соглашение с Францией и у Нигерии, в которой уже действуют два ядерных исследовательских центра. Африка может также стать крупнейшим поставщиком урана на мировой рынок [9].

В своей исследовательской работе я хочу отметить, о том, что в 1985 году в США было 68 энергоблоков и 11% доля АЭС, в Германии 10 энергоблоков, и 30% доля АЭС, в России 25 энергоблоков, и 12% доля АЭС; на данный момент в США 103 энергоблоков, и 19,6% доля АЭС, во Франции 58 энергоблоков, и 76% доля АЭС, в Германии 19 энергоблоков, 34% доля АЭС, в Японии 53 энергоблоков, и 29% доля АЭС, в России 33 энергоблока, и 16,8% доли АЭС. Сейчас 194 атомных станций и 144 было закрыто. После 1986 года спал такой сильный интерес к энергетике, но на данный момент правительство разных стран пересматривают решения об отказе.

В целом перспективы развития атомной энергетики в регионах и странах мира не одинаковы. Они определяются целым рядом факторов – энергетическими потребностями и возможностями их удовлетворения за счёт иных источников, финансовым состоянием, общественным мнением в странах и другие. Ядерная энергетика более привлекательна в тех случаях, когда энергетический спрос быстро растёт (как, например, в Китае, Индии), когда других источников либо мало, либо они дорогостоящие (как, например, в Японии). Много будет зависеть и от того, сможет ли использование альтернативных источников энергии заменить и приумножить ту нишу, которую в настоящее время занимает атомная энергетика.

Список использованных источников и литературы

1. http://bigapple.ru/category/sendvalues/nauka/fizika/question/skolko_v_mire_atomnyh_elektrstantsij/
2. Павлов С.Е. Грозит ли нам конец света? – Минск, 2008. – 224 с.
3. <http://old.niaep.ru/ru/360/424/>
4. Зайцев И. «Мирный атом» спасёт человечество // Планета. – 2007. – №4. – 208 с.
5. Бюллетень МАГАТЭ. – 2009. – №5
6. Балазин А. Дело на миллиарды // Япония сегодня. – 2009. – №2 – 24с.
7. Горкина Т.И. Проблемы развития «новой мировой атомной энергетики» // Известия РАН. Серия географическая. – 2008. – №4. – 104с.
8. Сычёв О.Н. Страны восходящего МАГАТЭ // Эхо планеты. – 2009. – № 37 – 206 с.
9. <http://www.metalbulletin.ru/publications/2643/>
10. <http://www.segodnya.ua/world/YAponiya-ne-budet-zakryvat-AES-407772-407772-407772.html>
11. faz.net vom 15. März 2011: «Merkels Atom-Moratorium: Sieben Kernkraftwerke gehen vorerst vom Netz.» (нем.)

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ГАРМОНИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ОПИСАНИЯ И КОДИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СТРАНЫ США

Капичникова Е.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Таможенные органы были созданы для защиты границ государства и для выполнения фискальной функции, то есть, пополнение бюджетной казны государства за счет таможенных пошлин и налогов. Со временем, функции таможенных органов расширили свою сферу деятельности, в связи с быстроразвивающимся рынком товаров и услуг, но одной из фундаментальных функций таможенных органов остается – фискальная. Для того чтобы установить ставку пошлины, на тот или иной импортируемый товар, необходимо знать классификационный код, который находится в Номенклатуре ГС.

На сегодняшний день, каждое государство имеет свою Номенклатуру, которая основывается на Гармонизированной системе описания и кодирования товаров. Благодаря имеющемуся коду на товар, таможенные органы могут распознавать ставки таможенных пошлин, вести статистику, рассчитывать ставку таможенной стоимости и контролировать оборот экспортных и импортных товаров, чтобы запрещенные товары и услуги не были ввезены в страну, и например, культурные ценности не были вывезены за пределы страны [5].

Гармонизированная товарная номенклатура США является основным ресурсом для определения тарифной классификации товаров, ввозимых и вывозимых в США. В 1981 году Президент Рональд Рейган поручил Комиссии по международной торговле США разработать товарную номенклатуру, которая основывалась бы на номенклатуре Гармонизированной Системы описания и кодирования товаров

Товарная Номенклатура США состоит из:

- Общих правил интерпретации – это шесть международных правил, которые помогают правильно определять и назначать товарный код товару.

- Общие примечания.
- Примечания США.
- Статистические примечания.
- Алфавитный указатель.
- Переходные таблицы.
- 21 раздела.

- Примечаний к каждому разделу, в которых содержится объяснения о товарах, какие товары включены, а какие исключены из раздела.

- 97 групп [6].

Имеет восьмизначный код кодирования. Две дополнительных главы, (до десятизначного кода) так называемые резервные, используются для статистической отчетности (98 и 99 групп).

Таким образом, ТН США имеет сходства и некоторые отличия, их можно назвать дополнения, в сравнении с Гармонизированной системой описания и кодирования.

Общие примечания – это документ, который содержит правила применения и пользования Гармонизированной товарной номенклатурой США. Они включают в себя толкование ставок таможенных пошлин, страны происхождения и правила, которые должны быть выполнены для получения конкретной таможенной ставки на товар. Общие примечания имеют юридический статус.

Примечания США и Статистические примечания принимаются Конгрессом или провозглашаются президентом. Они находятся в 98 и 99 главах ТН США.

Примечания США (U.S. Notes), они появляются в 98 и 99 группах, примечания принимаются Конгрессом с согласования президента. Поэтому они имеют юридический статус, и если возникнут вопросы при классификации товаров, то необходимо будет проконсультироваться. Так, например, в группе 99 содержатся пояснения к товарам относительно тарифной ставки, так называемые, подсубпозиции. При этом эта группа разделена на 20 позиций, в каждой позиции имеются товары и ставки таможенной пошлины, в соответствии со страной происхождения товара. Например, позиция 11 для стран Чили, 12 – Марокко, 13 – Австралия и т.д.

Что касается статистических примечаний, то они включают в себя термины, которые используются в 98 и 99 группах. Также в 98 и 99 группах необходимо вести двойную запись, это способ ведения бухучета, при котором каждое изменение состояния средств организации отражается на двух счетах, обеспечивая общий баланс.

Если мы рассмотрим ГС США, например, первый раздел Живые животные и продукты животного происхождения, сначала появляется примечания к этому разделу, а затем мы видим: код ТН ВЭД, наименование позиции, единицы измерения и ставки таможенных пошлин, которые разделены на 3 колонки:

- общие – стандартные ставки таможенных пошлин, используемых во всем мире;
- специальные (1) – предназначенные для стран имеющих таможенные преференции;
- специальные (2) – предназначенные для торговли с запрещенными странами.

Комиссия по международной торговле США является независимым агентством правительства США, главной функцией, которой является введение Гармонизированной товарной номенклатуры США и внесение поправок. Также она изучает влияние импортных продуктов на конкурентоспособность отечественных продуктов США. Комиссия предоставляет отчеты о своей работе и таможенную статистику Президенту и Конгрессу. Кроме того, Комиссия размещает на своем сайте последние изменения в таможенном законодательстве, проводит аналитические исследования о том, какое место занимает продукция США на мировом рынке и какие торговые соглашения или разногласия были между США и другими странами [1].

Комиссия США – это своеобразный аналитический центр. Комиссию по международной торговле США можно сравнить с Управлением товарной номенклатурой ФТС РФ [9]. Так как они участвуют в выполнении обязательств США (РФ), которые вытекают из участия в Международной конвенции о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров. Кроме того, и Комиссия и Управление отслеживают изменения в ГС и обеспечивают приведение национальных товарных номенклатур в соответствие с международной Гармонизированной системой описания и кодирования товаров.

Но есть одна отличительная черта. Комиссия по международной торговле это независимое агентство США, а Управление товарной номенклатуры является структурным подразделением центрального аппарата ФТС РФ. Это и понятно, ведь, в России система управления экономикой

унаследовано от СССР, то есть, нет ни одного отдела или управления существовавшего вне какого-то Министерства. Из этого мы видим, что России не настоящая капиталистическая страна, она государственно-капиталистическая, чего не может быть априори.

Таким образом, если существуют какие-то спорные ситуации в таможенном деле, то в США, повестка об имеющейся проблеме, отправляется в Комиссию, в свою очередь Комиссия сопоставляет все сведения на основе анализов и статистик, и в дальнейшем ответ передает непосредственно таможенным органом. В России же, формируется письмо и отправляется в ФТС РФ, минуя Управление Номенклатуры, после чего выходит приказ или постановление и направляется таможенным органам. В случае с США явно горизонтальная система власти, РФ – вертикальная.

В Комиссии обобщены все случаи, на основе имеющейся аналитики решаются вопросы, что касается России – то она рассматривает каждый случай единично, выписывая распоряжение ФТС участникам ВЭД. Кроме того, Комиссия взаимодействует с разными субъектами экономики и политики, взаимодействует по средствам выпуска статистических и аналитических отчетов. Субъектами служат, Конгресс, Таможенная служба, Президент, FQA для граждан, Участники ВЭД. В связи с этим, почти каждый год пересматривается торговая деятельность, сейчас действует 22 версия. В связи с широким спектром субъектов, Комиссия ведет политику гласности и прозрачности.

В УТН большей степени входит выполнение международных обязательств, т.е. следит за изменениями ГС и вносит поправки, Любой возникший вопрос у участника ВЭД, отправляется на рассмотрение в ФТС, таким образом, не доходя до УТН. В связи с этим, ФТС РФ завалено множеством единичных случаев, которые можно было бы классифицировать и выделять по признакам, например. Логическим итогом возникает вопрос о повышении эффективности работы таможенных органов РФ и рационализации принятия классификационных решений.

Основные выводы:

- Товарная Номенклатура США идентична по структуре с ТН ГС;
- ТН США имеет восьмизначный код кодирования;
- ТН США включает в себя, кроме Примечаний и Правил интерпретации, Общие примечания и Примечания США;
- Комиссия по международной торговле США имеет больше полномочий, чем Управление Товарной Номенклатурой РФ.

Список использованных источников и литературы

1. Официальный сайт Комиссии по международной торговле США – URL: <http://www.usitc.gov>
2. Официальный сайт Бюро торговли США – URL: <http://www.ustr.gov>
3. Официальный сайт Всемирной торговой организации – URL: <http://www.wto.org>
4. Официальный сайт ФТС РФ <http://www.customs.ru>
5. Номенклатура ГС – URL: <http://www.foreign-trade.com/reference/hscod.htm>
6. Гармонизированная Товарная номенклатура США – URL: <http://hts.usitc.gov>
7. Международная Конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования – URL: http://www.tamogonia.ru/doc_base/document.php?id=1571087
8. Стратегический план Комиссии по международной торговле – URL: http://www.usitc.gov/press_room/documents/addendum2009_14.pdf
9. Приказ ФТС РФ «Об утверждении положения об Управлении товарной номенклатуры» – URL: <http://www.tks.ru/news/law/2012/04/12/0012>

ПРИМЕНЕНИЕ ТОВАРНОЙ НОМЕНКЛАТУРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ТАМОЖЕННОМ ОФОРМЛЕНИИ И ТАМОЖЕННОМ КОНТРОЛЕ

Кирпичёва Я.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Таможенное оформление представляет собой строго установленный порядок помещения товаров и транспортных средств под определенный таможенный режим. Все совершаемые действия по таможенному оформлению регламентируются главой 27 Таможенного кодекса Таможенного союза и положениями главы 24 Федерального закона № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в РФ» [5]. Процедура таможенного оформления четко детализирована и имеет ряд особенностей по каждой категории товаров.

Согласно подп. 31 п. 1 ст. 4 Таможенного Кодекса Таможенного Союза таможенный контроль – это совокупность мер, осуществляемых таможенными органами, в целях обеспечения соблюдения таможенного законодательства таможенного союза и законодательства государств-членов таможенного союза [4.С.20].

Целями таможенного контроля считаются:

- определение соответствия сведений о досматриваемых товарах сведениям, обозначенным в таможенной декларации;
- классификация товаров в соответствии с ТН ВЭД;
- определение соответствия досматриваемых товаров нормам, установленным перечнями и списками;
- определение стоимости, количества и качества.

Несмотря на общую тенденцию к снижению тарифов и развитию свободной торговли, таможенные пошлины остаются существенным источником дохода для многих стран. Общеизвестно, что не только в России существует проблема собираемости таможенных платежей. Это случается и за рубежом. В период 2001-2006 годов, доля таможенных поступлений от общего объема налоговых поступлений составляла в среднем 2,5% в странах с высоким доходом и 22% в странах с низкими доходами.

Одной из важнейших причин несоблюдения таможенного законодательства принято считать неправильную классификацию товаров.

В 2010 году в докладе Генерального аудитора Канады Шейлы Фрейзер сказано, что неправильная классификация товаров прослеживается в каждой третьей таможенной записи. В докладе отмечено и то, что из-за неправильной классификации большинство государств недополучили около 22 миллиардов долларов в год.

Основными причинами неправильной классификации товаров являются:

- сложность товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности и сложность процесса классификации товаров. ТН ВЭД включает 21 раздел и 97 глав. Товары, как правило, классифицируются по своему составу и назначению, и в соответствии со строгим сводом правил и юридических примечаний. Обязанность по определению кода ТН ВЭД возложена на декларанта (или его представителя). Однако таможенные органы имеют право на изменение установленного кода, если в ходе проверки документов и/или досмотра партии было обнаружено его неверное присвоение. Неправильная идентификация функций товара, материалов, использованных при его производстве, степени изготовления или обработки могут быть причинами ошибки в классификации и присвоении кода ТН ВЭД.
- ошибки при использовании правил интерпретации (ОПИ). Тексты ОПИ достаточно сложны, по сути это дословный перевод с английского языка. Кроме того, очень мало методических пособий, которые бы рассматривали алгоритм применения правил.
- специфичность понятий и терминов. ТН ВЭД описывает товары такими терминами, которые зачастую не встречаются в обычной речи. В ТН ВЭД применяется множество специальных технических и юридических терминов;
- недостоверное или неполное описание товаров в документах, предъявляемых к таможенному оформлению;
- незнание признаков, по которым товар должен быть охарактеризован. Основной причиной, по которой таможенные органы стремятся к оспариванию кодов ТН ВЭД, является желание должностных лиц за счет некомпетентных декларантов пополнить государственный бюджет, т.к. от этого показателя зависит уровень их работы. Кроме того, с другой стороны причиной неправильно присвоенного кода может быть обычная неграмотность должностного лица.
- нехватка справочных материалов и методических пособий для правильной классификации и идентификации товаров;
- должностные лица таможенных органов не в полной мере используют имеющуюся информацию и разъяснения о классификации отдельных товаров;
- зависимость от третьих лиц. Случается такое, что функция классификации передаётся третьим лицам, например, таможенным брокерам. Это происходит по причине того, что затраты на обучение своих специалистов могут быть недостижимы для большинства компаний. По-другому это называют аутсорсингом.
- в основе ТН ВЭД лежит Комбинированная номенклатура Европейского Союза, которая больше приспособлена к товарообороту между странами ЕЭС и третьими странами.

Во избежание ошибок классификации следует применять автоматизированные системы обнаружения таких ошибок. Так, один проект с использованием автоматизированного обнаружения ошибок в классификации товаров был проведен в 2008 году канадской компанией «3CE Technologies». Работа проводилась по заказу агентства доходов Замбии. Цель проекта заключалась в выявлении ошибок классификации кода товаров, выявления неуплаченных таможенных платежей и выявлении недостатков в существующей системе товарной отчетности.

В общей сложности была проанализирована 856,5 тысяч записей в базах данных. При ручном сравнении на это бы ушло около 70 тысяч человеко-часов. Несмотря на высокий уровень распознавания, большинство записей не было достаточно подробными, чтобы определить код до уровня 6 знаков. Также было обнаружено, что 85,44% записей были недостаточны для определения 6-значного кода ГС. Из

остальных 14,56% записей, достаточных для определения 6-значного кода, примерно треть содержала ошибочные классификации товаров.

Что касается административной ответственности, то в практике контроля положений ТН ВЭД в КоАП РФ рассматривается только статья 16.2 [3].

Привлечение к ответственности по ч. 2 ст. 16.2 КоАП РФ возможно в случае заявления декларантом либо таможенным брокером недостоверных сведений о товарах и (или) транспортных средствах, если такие сведения послужили основанием для освобождения от уплаты таможенных пошлин, налогов или для занижения их размера.

Заявление недостоверных сведений о товарах и/или транспортных средствах, в результате которых сумма таможенных платежей не изменяется, не влечет наступление административной ответственности. Правильность данной позиции подтверждается также и тем, что предусматривает наказание, исчисляемое исходя из суммы неуплаченных таможенных пошлин, налогов.

Не влечет наступления административной ответственности по части 2 статьи 16.2 КоАП РФ заявление недостоверных сведений (например, о коде товаров в соответствии с ТН ВЭД), если в результате их корректировки подлежащая уплате сумма таможенных пошлин, налогов уменьшится по сравнению с заявленной декларантом.

Должностные лица таможенных органов зачастую испытывают затруднения при правовой оценке недостоверного декларирования, поскольку часть 1 статьи 153 ТК ТС предписывает таможенному органу незамедлительно уведомить декларанта о том, какие именно условия выпуска товаров не соблюдены и какие именно декларант должен совершить действия, достаточные для соблюдения условий выпуска товаров.

Чтобы предотвратить такого рода правонарушения и решить данные проблемы, во-первых, стоит усилить контроль, во-вторых, проводить консультации, а также предварительные проверки.

В 2010 году должностными лицами Томской таможни возбуждено 202 дела об административных правонарушениях, когда в 2009 году – 233 дела и 27 уголовных дел (2009 г. – 32) [1].

Анализируя работу таможни по выявлению административных правонарушений, следует отметить, что должностными лицами таможни выявлялись правонарушения не только в области таможенного дела, но и в области предпринимательской деятельности, в области финансов и т.д. Доказательством эффективности деятельности Томской таможни явилось признание ее в 2010 году одной из лучших внутренних таможен среди коллективов таможенных органов Сибирского таможенного управления [2].

Список использованных источников и литературы

1. Всё о таможне – URL: <http://www.tks.ru/news/nearby/2011/01/27/0009>
2. Информация Сибирского таможенного управления ФТС – URL: [/http://stu.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4313:-----2010-&catid=6:activities&Itemid=76](http://stu.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4313:-----2010-&catid=6:activities&Itemid=76)
3. Кодекс РФ об административных правонарушениях (КоАП РФ) от 30.12.2001 N 195-ФЗ. Глава 16. Статья 16.2. Недекларирование либо недостоверное декларирование товаров – URL: http://www.consultant.ru/popular/koap/13_17.html
4. Таможенный кодекс таможенного союза. – Новосибирск: Нормативка: Сиб. унив. изд-во, 2012.
5. Федеральный закон от 27.11.2010 N 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации», глава 24 «ТАМОЖЕННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ», статья 203 «Товары, подлежащие таможенному декларированию в соответствии с таможенным законодательством Таможенного союза» – URL: http://www.consultant.ru/popular/custom_new/103_38.html

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОГО МИРА: ИСЛАМСКИЙ ТЕРРОРИЗМ

Макаренко Ю.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Проблема терроризма является одной из болевых точек современной действительности. Деятельность террористических группировок затрагивает все страны и всех жителей нашей планеты. Террористические группировки не действуют локально, они распространены во всем мире.

В современном мире все больший интерес вызывает феномен «исламского возрождения» в странах Ближнего и Среднего Востока. Исламский мир в современной геополитике предстает как самый динамичный и в то же время неспокойный. Условное название «исламский мир» объединяет страны, которые исповедуют ислам – мировая религия, приверженцами которой является каждый пятый житель планеты, они составляют большинство населения почти в 50 странах мира.

Мусульманский Восток включает в себя не только государства Ближнего Востока – древние центры мусульманской культуры, но также Афганистан, Иран, Пакистан, Турцию, где роль ислама как фактора общественной жизни очень велика. Продолжается рост мусульманских общин в странах Запада: Германии, Франции, США. Исламский терроризм получил такое распространение благодаря тому, что в

странах, исповедующих ислам, сосредоточены колоссальные запасы нефти и газа, здесь проходит интенсивное движение международных капиталов, сосредоточены морские и воздушные пути сообщения многих стран. Благодаря этому мусульманский мир становится важным геополитическим центром [1].

Ситуация в мире осложняется тем, что люди, проживающие в этих странах, не могут пользоваться ресурсами своей земли. Большинство населения проживает в бедности, что порождает агрессию и недовольство. Многие полагают, что в этом виноваты страны Запада, которые много лет выступали колонизаторами и не давали самостоятельно развиваться Востоку.

Так зародилась идея «исламской революции» или «мировой исламской империи». Неправительственные экстремистские группировки всеми путями, в частности через терроризм, хотят добиться своего господства в мире.

Еще в 1996 году Самюэль Хантингтон в своей работе под названием «Столкновение цивилизаций и образование нового миропорядка» [2]. Он разделил мир на восемь различных цивилизаций. Основным моментом являлось то, что исламская и китайская цивилизации являются наиболее перспективными в будущем, при этом, по его прогнозам, к 2025 году Запад опередит эти цивилизации в своем развитии. Этот подход объясняет поведение Запада, конкуренция является их движущей силой. Запад разрабатывает специальные планы, чтобы удерживать различные цивилизации от развития и не допустить их превосходства.

Выбор данной стратегии создает чрезвычайно напряженную обстановку в международном сообществе. Одним из последствий «столкновения цивилизаций» аналитики называют явление «арабской весны». Арабская весна – это революционная волна протестов и демонстраций. Существует мнение, что арабская весна – это не иначе как американский заговор. Притязания США и Запада на арабский регион общеизвестны. Разразившийся глобальный кризис предоставляет им возможность вновь колониально владеть этим регионом. Такую возможность им предоставило явление арабской весны.

Ислам это вторая по численности религия в мире, является одной из мировых. Со времени своего возникновения получил быстрое распространение. Всего лишь за четверть века он сумел проникнуть на большие территории Азии, Северной Африки и Европы.

Вопреки распространенному мнению, ислам не проповедует насилия, экстремистской деятельности. Более того, в этимологическом смысле ислам включает три понятия:

- 1) приветствие и пожелание здоровья
- 2) мира и спокойствия
- 3) благополучия и довольства

На сегодняшний день в мире наблюдается явление так называемого «исламского возрождения» в странах Ближнего и Среднего Востока. Идеологически исламский мир расколот на две составные части: 80% – это сунниты, 20% шииты. Из-за своей разнородности мусульманский мир не становится центром единой силы. Исламский мир неоднороден, у него отсутствует объединительная идея. И все же в системе международных отношений мусульманские государства пытаются закрепить за собой политическую нишу, мотивируя ее религиозными мотивами. Другим объединяющим фактором выступает антиамериканизм [3].

Но существует совершенно реальная угроза. Заключается она в том, что множественные неправительственные группировки, исповедующие экстремизм и террористические методы, взяли на вооружение идею «мировой исламской революции». Для этих исламских группировок характерно агрессивное отношение к европейско-христианским духовным ценностям, использование ислама как революционной идеологии, проповедь строгих правил общественной жизни, обязательных для «истинных» мусульман, что превращает веру в радикальную идеологию. Происходит подмена понятий религии и радикально – экстремистских настроений. Эти организованные группы вовлекают в свою деятельность неокрепшую часть населения, проповедуя правила жизни «настоящего мусульманина».

Экстремистские группировки преследуют как политические, экономические, так и религиозные цели. Посредством террора, они стремятся наказать всех инакомыслящих, доказать свое превосходство. Примером этого является теракт в США 9/11, когда группировка «Аль-Каида» с гордостью заявила о своей причастности к этому акту жестокости [4].

Сегодня в эпоху глобализации наш мир становится одним целым. Последователи ислама живут в каждой стране мира. Большинство из них являются мирным населением, которое хочет жить в достатке и процветать. Но, к сожалению, есть и те, кто считают своим долгом и целью жизни «исламизацию» мира. Средства и методы, которые они используют, это насилие, угнетение слабых, террор. Терроризм получил массовое распространение вследствие тесного взаимодействия всех стран.

Сегодня все обиды и претензии арабского мира вылились в национально-религиозный протест, соединились в новой интернациональной идее – «мировой исламской революции» и «мировой арабской империи», которые направлены, прежде всего, против Запада.

Однако многие аналитики уверены, что не стоит ждать реального сплочения мусульманских стран и объединения их в единое исламское государство, так как они имеют внутренние споры и разногласия. Предполагается, что геополитические притязания так и останутся лишь желаемым прототипом государства будущего. Но особую опасность представляют собой экстремистские

группировки, которые не останавливаются ни перед чем, для достижения своих жестоких и расчетливых целей. Терроризм вполне заслуживает получить статус главной болезни человечества в XXI веке.

Список использованных источников и литературы

1. Электронный ресурс Геополитика 2006-2012г. // Арабо-исламская цивилизация (Ближний Восток и Северная Африка) – URL: <http://www.geopolitics.ru/>
2. Адыгозалов К. «Межцивилизационная борьба – угрозы для будущего мира», 2012 г.
3. Баранов Н.А. Геополитический вызов исламского мира: европейский контекст – URL: [/http://atnews.org/news/geopoliticheskij_vyzov_islamskogo_mira_evropejskij_kontekst/2012-03-15-1772](http://atnews.org/news/geopoliticheskij_vyzov_islamskogo_mira_evropejskij_kontekst/2012-03-15-1772)
4. Чампан Э., пер. с тур. Напольнова Е., Багиров Ф. Ислам о терроре и акциях террористов-смертников –М.: Новый свет, 2005. – 176 с.

ПРОТЕКЦИОНИЗМ И ЛИБЕРАЛИЗМ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Миронова М.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Международная торговля является основной формой международных экономических отношений, так как включает в себя не только торговлю товарами, но и торговлю разнообразными услугами. Современная международная торговля получает активное развитие, что напрямую связано с процессом глобализации и различного рода интеграцией [1].

На сегодняшний день существует множество методов регулирования международной торговли, отличающихся эффективностью, а так же сферой применения. Государства вводят различные меры торговой политики, такие как протекционизм и либерализм, которые отличаются степенью вмешательства государства в рыночные отношения. Протекционизм направлен на защиту внутреннего рынка от конкуренции со стороны иностранных товаров, а так же на развертывание и поддержку отечественного бизнеса на внешнем рынке. Либерализация напротив, подразумевает снятие барьеров и создание условий свободной конкуренции. У каждой из них есть свои плюсы и минусы, особые характерные черты и условия наиболее выгодного применения [2].

История мировых экономических отношений – это история борьбы протекционизма и либерализма. Становление экономических школ и оформление экономических теорий пришлось на VII-XVIII века, когда происходит переход от ручного труда к машинному, появляются и развиваются мануфактуры и как следствие увеличивается скорость производства и количество товаров. С появлением излишка производства начинает развиваться внешняя торговля.

Первой экономической школой была школа меркантилистов, появившаяся еще в XV веке. Идеи меркантилистов продолжили протекционисты, изменив некоторые принципы, исходя из требований своего времени. Позднее, в последней трети XVIII века получило распространение либеральное течение, подкрепленное политическими изменениями в европейских странах [3].

Вне зависимости от выбранного режима внешней торговли, государство в той или иной степени в нее вмешивается, выбирая различные формы регулирования. Одностороннее регулирование используется в одностороннем порядке правительством того или иного государства, без какого-либо согласования с его торговыми партнерами. Обычно подобные меры применяются в ответ на аналогичные шаги других стран и приводят к возникновению торговых войн. Двустороннее регулирование заключается в согласовании различных условий торговли и требований к товарам между странами, являющимися торговыми партнерами. В свою очередь многосторонние соглашения, заключаются между большим количеством стран-участниц в целях унификации принципов и правил внешнеэкономического обмена [4].

Государство, вмешиваясь в торговлю, применяет различные методы. Тарифные методы основываются на использовании таможенного тарифа, нетарифные – это прочие методы, к которым могут относиться количественные ограничения экспорта или импорта в виде квотирования лицензирования или «добровольных» экспортных ограничений, финансовые методы, заключающиеся в субсидировании, экспортном кредитовании или демпинге цен. Так же существуют скрытые методы торговой политики, которые находят свое выражение в различных ограничениях, требованиях и фискальных действиях. Они напрямую не ограничивают экспортно-импортный поток товаров, но косвенно его регулируют. К таким методам можно отнести технические барьеры и санитарные требования [5].

Все вышеперечисленные элементы торговых ограничений являются частью протекционистской политики, которая в свою очередь имеет ряд плюсов и минусов.

В социально-политической сфере протекционизм способствует поддержанию государственной безопасности страны путем само обеспечения товарами, сохранению традиционных видов деятельности и национальных промыслов, защите внутреннего рынка от наплыва некачественных иностранных товаров, а так же созданию и сохранению новых рабочих мест для населения. Все вышеперечисленные

элементы торговых ограничений являются частью протекционистской политики, которая в свою очередь имеет ряд плюсов и минусов.

В социально-политической сфере протекционизм способствует поддержанию государственной безопасности страны путем само обеспечения товарами, сохранению традиционных видов деятельности и национальных промыслов, защите внутреннего рынка от наплыва некачественных иностранных товаров, а так же созданию и сохранению новых рабочих мест для населения. К плюсам в экономической сфере относятся защита молодых отраслей на этапе их становления от иностранной конкуренции, увеличение дохода государственного бюджета с помощью ввозных пошлин. Государство в состоянии смягчить кризис в отраслях, испытывающих экономические трудности, за счет поддержки государственной поддержки и ограждения национальной экономики от мировых экономических кризисов.

Что касается минусов, то при злоупотреблении протекционистскими мерами возникают внутренние монополии в торговле, которые устанавливают высокие цены на товары. Высокие цены также возникают из-за высоких ввозных пошлин на импортные товары, что приводит к снижению благосостояния потребителей. При одностороннем введении тарифов протекционизм способствует возникновению торговых войн, а также данный режим замедляет экономический рост, так как высокие тарифы ведут к сокращению объема международной торговли. Принципы протекционизм исключает специализацию страны, игнорируя выгоды международного разделения труда [6].

Либерализм в международной торговле становится все более популярным, так как имеет большое количество неоспоримых плюсов. Главными из них можно считать свободную конкуренцию и возможность свободного обмена товарами и услугами между странами. Условия свободной конкуренции позволяют выйти на мировой рынок только конкурентоспособным а, следовательно, качественным товарам, что повышает качество товара в целом. Открытость рынков позволяет производителю развиваться и получать новые рынки сбыта продукции, увеличивать прибыль и создавать новые рабочие места путем расширения производства. Население стран получает возможность выбора разнообразной продукции. Немаловажным является и увеличение инвестиционных возможностей, что является положительным как для принимающих стран, так и для стран базирования капитала. Либерализм в торговле создает условия для международной специализации на основе принципа сравнительных преимуществ, что позволяет странам производить и продавать ту продукцию, при производстве которой она несет наименьшие издержки и покупать ту продукцию, производство которой ей обходится дороже.

К минусам данного режима можно отнести невозможность конкуренции национальных производителей с более качественными иностранными товарами, следовательно, банкротство некоторых отраслей национальной промышленности. Банкротство предприятий, в свою очередь, приводит к ликвидации рабочих мест, что увеличивает уровень безработицы в стране. Один из принципов свободной торговли, понижение или вовсе отсутствие таможенных пошлин на ввозимую продукцию, неминуемо ведет к фискальным потерям и обострению бюджетных проблем [7].

Анализируя ситуацию на мировом рынке, можно предположить, что процесс либерализации уже не остановится и постепенно сотрутся границы между странами. Страны создадут экономический и валютный союз, что является наивысшей формой экономической интеграции. Участившиеся экономические кризисы ярко характеризуют взаимосвязанность экономик стран во всем мире. Не стоит забывать, что стабильность экономики может достигаться только путем ее частичной консервации и защиты со стороны государства, поэтому самой правильной торговой политикой является сочетание политики либерализма с частичным вмешательством государства, особенно в кризисные периоды.

Список использованных источников и литературы

1. Аколова Е.С., Воронкова О.Н., Гаврилко Н.Н. Мировая экономика и международные экономические отношения. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 416 с.
2. Шебарова Н.Н. Внешнеторговая политика: соотношение свободы торговли и протекционизма. – Самара: НТЦ, 2002. – 263 с.
3. История мировой экономики. Под ред. Поляка Г.Б., Марковой А.Н. 3-е изд. – М.: 2011. – 671 с.
4. Буглай В. Б., Ливенцев Н. Н. Международные экономические отношения. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 160 с.
5. И. И. Дюмулен. Международная торговля. Тарифное и нетарифное регулирование. – М., 2004. – 527 с.
6. Новиков Я.А. Заблуждения протекционизма. – М., Челябинск: Социум, Экономика, 2002 – 74 с.
7. Синёв В.М. Внешнеэкономический либерализм и протекционизм в условиях глобализирующейся экономики. – М., 2003. – 154 с.

XXII ОЛИМПИЙСКИЕ ЗИМНИЕ ИГРЫ И XI ПАРАЛИМПИЙСКИЕ ЗИМНИЕ ИГРЫ 2014 ГОДА В ГОРОДЕ СОЧИ: ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ

Окушко К.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Олимпийские игры – самое масштабное и грандиозное событие страны, принявшей Олимпиаду. В 2014 году Олимпиаду принимает самый теплый город Российской Федерации – город Сочи. Из этого следует, что товаро- и пассажиропоток через таможенную границу нашей страны увеличится, и на плечи российских таможенников ляжет новая проблема – таможенное декларирование в целях проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи (далее – Игры).

Как сообщает Андрей Ровчак, заместитель начальника службы организации таможенного контроля Южного таможенного управления: «В преддверии Игр таможенное законодательство претерпело ряд изменений, направленных на упрощение таможенных процедур в отношении «олимпийских» товаров и физических лиц, имеющих олимпийские удостоверения и аккредитации» [3].

К таким изменениям относятся: Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 12 июля 2012 г. N 110 «О ввозе (вывозе) товаров в целях организации и проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи»; Постановление Правительства РФ от 3 ноября 2011 г. N 911 «Об утверждении Правил применения специальной таможенной процедуры в отношении ввозимых в Российскую Федерацию иностранных товаров, предназначенных для организации и проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации»; Решение Комиссии Таможенного союза от 14 марта 2011 г. N 663 «О внесении изменений в Решение Комиссии Таможенного союза от 27 ноября 2009 года N 130 и в Решение Комиссии Таможенного союза от 20 мая 2010 года N 329 в целях организации и проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи» [1]. Также важную роль играет Перечень категорий товаров, в отношении которых может быть установлена специальная таможенная процедура и условия помещения товаров под такую таможенную процедуру, утвержденный Решением Комиссии Таможенного союза от 20 мая 2010 г. N 329 [4].

Согласно принятым нормативно-правовым актам, направленным на регулирование и контроль перемещаемых иностранных товаров, предназначенных для организации и проведения Игр, основным условием является помещение данных товаров под специальную таможенную процедуру. Специальная таможенная процедура в рамках организации и проведения Игр имеет ряд особенностей, которые заключаются в следующем:

- при помещении товаров под специальную таможенную процедуру обеспечение уплаты таможенных пошлин, налогов не предоставляется;
- специальная таможенная процедура должна быть завершена до 31 декабря 2016 года;
- товары, помещенные под специальную таможенную процедуру, могут использоваться в пределах территории Российской Федерации исключительно для целей организации и проведения Олимпийских и Паралимпийских игр;
- не допускается использование товаров для какой-либо коммерческой деятельности, включая их реализацию либо отчуждение иным способом, предоставление данных товаров в аренду и оказание платных услуг с использованием таких товаров;
- допускается передача декларантом товаров во владение и (или) пользование иному лицу, а также при условии, что обязательства по соблюдению требований и условий специальной таможенной процедуры сохраняются за декларантом;
- товары могут быть бесплатно розданы в рекламных, маркетинговых и иных некоммерческих целях, если стоимость одной единицы товара не превышает в эквиваленте 500 евро;
- бесплатная раздача товаров, включенных в разделы 2.14 (лекарственные средства и фармацевтические субстанции), 2.16 (радиоэлектронные средства и (или) высокочастотные устройства гражданского назначения), 2.19 (шифровальные (криптографические) средства), 2.22 (служебное и гражданское оружие, его основные части и патроны к нему) Единого перечня, и моторных транспортных средств товарной позиции 8703 ТН ВЭД ТС не допускается;
- товары после их использования для организации и проведения Игр могут быть безвозмездно переданы в собственность Олимпийского комитета России, Паралимпийского комитета России, автономной некоммерческой организации «Организационный комитет XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи»;
- разрешен временный ввоз на таможенную территорию Таможенного союза (обратный вывоз с таможенной территории Таможенного союза) товаров для личного пользования, в том числе для использования в профессиональной деятельности, осуществляемой в связи с организацией и проведением Игр и не связанной с осуществлением предпринимательской деятельности;

- после завершения ветеринарного контроля в местах назначения (доставки) переоформление ветеринарных сертификатов, выданных компетентными органами стран-экспортеров, на ветеринарные сертификаты Таможенного союза в отношении таких товаров не требуется;
- осуществляется временный ввоз и обратный вывоз собак-поводырей, ввозимых (ввезенных) иностранными аккредитованными физическими лицами на основании ветеринарных сертификатов, выданных компетентным органом страны-экспортера, или международных ветеринарных паспортов без разрешений на вывоз и без оформления ветеринарных сертификатов, выдаваемых уполномоченными органами государств – членов Таможенного союза в области ветеринарии [1].

Также с 26 января 2013 вступил в силу Порядок использования транспортных (перевозочных), коммерческих и (или) иных документов в качестве декларации на товары и в качестве транзитной декларации [4].

Что касается завершения действия специальной таможенной процедуры, то здесь можно выделить следующие положения:

- в отношении спортивного инвентаря, спортивной формы, спортивной экипировки, продуктов питания, лекарственных средств, патронов к гражданскому оружию, расходных материалов и иных аналогичных товаров, израсходованных, полностью потребленных либо находящихся в состоянии, непригодном для их дальнейшего использования в соответствии с их обычным назначением, специальная таможенная процедура завершается представлением в таможенный орган одновременно с декларацией на вывозимые товары (в случае, если товары вывозятся) заявления декларанта, содержащего перечень израсходованных, потребленных или непригодных для использования товаров с указанием их наименования, количества, стоимости, а также номера декларации на товары, в соответствии с которой они помещались под специальную таможенную процедуру;
- в отношении бесплатно розданных товаров, стоимость одной единицы которых не превышает в эквиваленте 500 евро, специальная таможенная процедура завершается представлением в таможенный орган одновременно с декларацией на вывозимые товары (в случае, если товары вывозятся) заявления декларанта, содержащего перечень бесплатно розданных товаров с указанием их наименования, количества, стоимости, а также номера декларации на товары, в соответствии с которой они помещались под специальную таможенную процедуру;
- в отношении товаров, безвозмездно переданных в собственность Олимпийского комитета России, Паралимпийского комитета России, автономной некоммерческой организации «Организационный комитет XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи», иных лиц по решению Правительства Российской Федерации, специальная таможенная процедура завершается представлением в таможенный орган одновременно с декларацией на вывозимые товары (в случае, если товары вывозятся) заявления декларанта, содержащего перечень безвозмездно переданных товаров с указанием их наименования, количества, стоимости, номера декларации на товары, в соответствии с которой они помещались под специальную таможенную процедуру, а также документа, подтверждающего передачу товаров в собственность указанных лиц [1].

Также одной из особенностей декларирования является перечень лиц, правомочных помещать ввозимые в Российскую Федерацию иностранные товары, предназначенные для организации и проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, под специальную таможенную процедуру. Такими лицами являются: организаторы Игр; международные и национальные олимпийские и паралимпийские спортивные федерации и комитеты; организационные комитеты вторых Олимпийских летних юношеских игр 2014 года и вторых Олимпийских зимних юношеских игр 2016 года, XXXI Олимпийских летних игр и XV Паралимпийских летних игр 2016 года, XXIII Олимпийских зимних игр и XII Паралимпийских зимних игр 2018 года, XXXII Олимпийских летних игр и XVI Паралимпийских летних игр 2020 года; маркетинговые партнеры Международного олимпийского комитета; иностранные информационные агентства и организации средств массовой информации; спортсмены, представители спортивных команд, тренеры, медицинский персонал спортивных команд, технический персонал спортивных команд, иные официальные лица спортивных команд, судьи, иные официальные лица спортивных федераций, журналисты, фотографы, представители средств массовой информации, имеющие олимпийское удостоверение личности и аккредитации или паралимпийское удостоверение личности и аккредитации либо аккредитованные для участия в тестовых мероприятиях [1].

Таким образом, таможенной службой России создаются комфортные условия для гостей и участников Игр. Но будут ли такие условия являться преимуществом для самой России, для ее экономики и граждан, будет известно после проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи.

Список использованных источников и литературы

1. Официальный сайт ФТС – URL: <http://www.customs.ru/>

2. Сайт Консультант-Плюс – URL:
<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=139077>
3. Сайт Customs – URL: <http://customsonline.ru/2713-tamozhnyia-gotovitsya-k-olimpiade.html>
4. Южное таможенное управление – URL: <http://yutu.customs.ru/>

ЗАЩИТНЫЕ МЕРЫ СТРАН-УЧАСТНИЦ ВТО В СИСТЕМЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Очирова А.К., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В современном мире большую роль в международных отношениях играет международная торговля. Страны пытаются создать приемлемые условия для осуществления торговли, ее контроля регулирования, путем заключения соглашений, многосторонних и двусторонних договоров, национального законодательства и т.п. При регулировании международной торговли каждая страна, состоящая во Всемирной торговой организации (ВТО) должна осуществлять регулирование в рамках правил установленных Генеральным соглашением по тарифам и торговле (ГАТТ 1994) [1].

16 декабря 2011 года на министерской конференции ВТО в Женеве Россия вступила в ВТО, что обязывает Россию исполнять обязательства в рамках Соглашения ВТО (ГАТТ 1994) целью которого является либерализация мировой торговли [2, часть IV «Торговля и развитие» статья XXXVI «Принципы и цели»]. Исполнение подобных обязательств предполагает установление предельного уровня импортных пошлин, а также снижению уровня тарифной защиты вплоть до полного отказа от него. В связи с этим у стран появилась задача защитить свой внутренний рынок и национальных производителей, но при этом, не нарушая правил международной торговли.

Несмотря на то, что ВТО берет на себя такие обязательства, как открытие национальных рынков и также применения национального режима для импортных товаров, все-таки положения ГАТТ дают возможность применять защитные меры в системе регулирования международной торговли для предотвращения и/или возмещения ущерба национальным производителям.

Соглашение ВТО формирует правовую базу применения мер торговой защиты, состоящую из соответствующих положений ВТО:

- антидемпинговые пошлины взимаются в целях устранения или предотвращения демпинга [2, п. 2, статьи VI «Антидемпинговая и компенсационная пошлины»]
- компенсационные меры, которые осуществляются путем наложения компенсационных пошлин на товары, на изготовление, производство или экспорт, а также на перевозку которого были предоставлены, прямо или косвенно, субсидии и дотации [2, п. 3, статьи VI «Антидемпинговая и компенсационная пошлины»]
- специальные защитные меры [2, статья XIX «Чрезвычайные меры в отношении импорта отдельных товаров»]

Нормы данного соглашения, как водится, инкорпорированы в национальное законодательство стран-членов ВТО. Также данные положения описывают правила и процедурные аспекты проведения расследований, регулирующих применение мер торговой защиты.

Согласно статье XIX ГАТТ 1947 страна имеет право приостановить обязательство, полностью или частично, или отозвать или изменить уступку в следующих случаях:

- Если товары, импортируются в страну в таком количестве и на таких условиях, что причиняют или есть угроза причинить серьезный ущерб национальным производителям аналогичных или конкурирующих товаров [2, п.1, подпункт (а) статья XIX]

- Если страна импортирующая товар, в отношении которого действует преференциальный режим, и импортирующийся на условиях, указанных в статье XIX пункте 1 подпункта (а), несет серьезный ущерб для национальных производителей, то это страна может обратиться к импортирующей стране с просьбой, приостановить действие соответствующего обязательства полностью или частично, или отозвать или изменить уступку в отношении этого товара [2, п. 1, подпункт (б) статьи XIX].

Защитные меры, указанные в п. 1, подпункт (а) и (б) статьи XIX ГАТТ могут применяться в такой степени и на такой срок, которые могут быть необходимы для предотвращения или устранения ущерба.

Любая договаривающаяся сторона, которая предпринимает меры указанные выше, обязана заблаговременно письменно известить договаривающиеся стороны насколько целесообразны данные меры. При этом предоставляет договаривающимся сторонам и тем сторонам, которые заинтересованы как экспортеры указанного товара, возможность консультации с ней в отношении применяемых мер.

В том случае, когда задержка может причинить трудно поправимый ущерб, защитные меры, содержащиеся в пункте первом статьи XIX, могут быть приняты временно, без проведения консультаций, но эти консультации необходимо проводить в скором времени после принятия таких мер [2, п. 2, статьи XIX].

Если при проведении консультации, стороны не пришли к соглашению в отношении указанной меры, страна, которая настаивает на принятии или продолжении применения меры, может это делать. В этом случае, заинтересованные стороны, не позднее чем через 90 дней после принятия меры, могут приостановить, по истечению 30 дней со дня получения письменного извещения о таком приостановлении, если не имеет возражений договаривающихся сторон [2, п. 3, подпункт (а) статьи XIX].

В случае, когда мера принята без предварительных консультаций и причиняет или угрожает причинить на территории договаривающейся стороны серьезный ущерб национальным производителям товара, затронутым этой мерой, указанная сторона может, после принятия меры и в течение периода консультаций, приостановить такие уступки и обязательства, приостановление которых может быть необходимым для предотвращения или устранения ущерба [2, п. 3, подпункт (а) статьи XIX].

Таким образом, несмотря на то, что действия ВТО направлены на либерализацию торговли и открытие национальных рынков, у стран – членов ВТО имеется возможность защитить внутренний рынок и национальных производителей, в рамках обязательств Соглашения ВТО.

На наш взгляд, использование рассмотренных защитных мер не эффективно, так как страны неохотно выполняют взятые на себя обязательства. Каждая сторона, стремится достичь своей максимальной выгоды, и уменьшить выгоду конкурента. Применение защитных мер, нередко, вызывают конфликты и претензии со стороны заинтересованных сторон. Яркий пример, конфликт из-за запрета на ввоз говядины из США в страны Евросоюза и Россию. К счастью, все конфликты разрешаются в рамках существующих институтов регулирования международной торговли.

Список использованных источников и литературы

1. Генеральное соглашение по тарифам и торговле 1994 года.
2. Генеральное соглашение по тарифам и торговле 1947. – URL: www.wto.ru/ru/content/documents/docs/gatt47ru.doc

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ, ДОПУСКАЕМЫЕ ПРИ КЛАССИФИКАЦИИ ТОВАРОВ В СООТВЕТСТВИИ С ТН ВЭД И ИХ ВЫЯВЛЕНИЕ

Перескокова К.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Последствия неверного установления кода для ее участника могут быть самыми неблагоприятными. Например, может оказаться, что требуется уплатить достаточно большую сумму таможенных платежей, чем планировалось, или затягивается время таможенного оформления из-за отсутствия необходимых разрешительных документов, или встает вопрос о возбуждении дела об административном правонарушении.

Снизить риск допущения ошибки при классификации товаров можно, лишь хорошо владея теми принципами и правилами, которые заложены в ТН ВЭД ТС, а это далеко не так просто.

Как показывает статистика, недостоверное заявление кода товара – одно из наиболее часто встречающихся правонарушений в практике таможенных органов России. Поэтому целью настоящей работы является анализ проблемы недостоверного декларирования классификационных кодов, как декларантов, так и проверка должностными лицами таможенных органов этих классификационных кодов.

Эта цель обусловила постановку и решение следующих задач: рассмотреть процедуру подачи таможенной декларации и выявить наиболее распространенных ошибок при классификации товаров; рассмотреть конкретные примеры нарушения таможенного законодательства в части классификации товаров, рассмотреть информационные письма, для того, чтобы обозначить трудности проверки заявленных кодов при классификации товаров; определить способы выявления этих ошибок.

Объектом моего исследования является классификация товаров в соответствии с ТН ВЭД, как необходимая процедура для идентификации товара, для определения уплаты таможенных платежей и дальнейшего таможенного режима. Предмет исследования составляют нарушения таможенного законодательства в части классификации товаров в соответствии с ТН ВЭД и их выявление таможенными органами.

Методологическую основу работы составили общенаучные методы: классификационный метод – метод, с помощью которого я изучила структуру классификации товара и проблемы его идентификации; сравнительный метод, благодаря которому я смогла выявить какие именно проблемы возникают при классификации товаров; метод моделирования, позволивший мне определить способы выявления и устранения данных ошибок; структурный метод, с помощью которого я смогла определить структуру данных ошибок.

Источниковой базой послужили: Таможенный Кодекс Таможенного Союза; Федеральный Закон № 311 – ФЗ «О таможенном регулировании в российской федерации» [1], Приказ ФТС РФ [2],

Классификатор ТН ВЭД Таможенного Союза [3]; Информационные письма, которые поступают в таможенные управления; Научно-обозревательные журналы отечественных авторов.

Основные ошибки, которые допускают декларанты – неправильное отнесение товара к определенной группе, определение корзиночных позиций, неверное применение основных правил интерпретации ТН ВЭД, определение главной функции и основного назначения товаров [4]. Данные ошибки декларантов, проявляются из-за некомпетентности в данном вопросе, из-за невнимательности при определении классификационного кода, также из-за неумения пользоваться основными правилами интерпретации.

Информационные письма с разъяснениями по классификации отдельных видов товаров имеют рекомендательный характер, т. е. не несут никакой иной смысловой нагрузки, кроме как методической и вспомогательной, а, следовательно, могут приводиться по любым товарам, которые вызывают трудность у участников ВЭД и таможенных органов в настоящее время или могут вызвать в перспективе [5]. Современные технологии производства товаров совершенствуются и изменяются бурными темпами. Благодаря этим информационным письмам, риски возникновения проблемных ситуаций при классификации отдельных видов товаров в большей или меньшей степени можно спрогнозировать.

Таким образом, можно сделать вывод, что выявление ошибок при классификации товаров осуществляется единственным способом – проверка правильности заявления классификационного кода. Таможенные органы в ходе осуществления контроля, выявляют неправильные классификационные коды и возвращают неправильно заполненную декларацию участнику внешнеэкономической деятельности.

Хотелось бы сделать вывод о том, что правильное определение классификационного кода товара в соответствии с ТН ВЭД, важно как для декларанта, так и для таможенных органов, и существенно ускоряет дальнейшие таможенные процедуры. Можно с достаточной уверенностью утверждать, что значение правильной классификации товаров нельзя не просто недооценивать, а необходимо уделять этой проблематике особое внимание, постоянно повышая свой профессиональный уровень в данном вопросе, развивая, совершенствуя отдельные положения, элементы, структуру, правила, принципы и закономерности этой важнейшей категории, являющейся базовой основой функционирования механизма таможенного дела.

Список использованных источников и литературы

1. ФЗ от 27.11.12 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в РФ» – URL: http://www.consultant.ru/popular/custom_new/_3.11.12;
2. Приказ ФТС от 17.03.2010 № 500 «Об утверждении инструкции о действиях должностных лиц, осуществляющих классификацию товаров в соответствии с ТН ВЭД и контроль правильности определения классификационного кода в соответствии с ТН ВЭД» – URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online_28.10.12;
3. Основные правила интерпретации ТН ВЭД – URL: http://www.tsouz.ru/db/ettr/tnved/Pages/pravilaETT.aspx_5.11.12;
4. Чуков А. М. Классификация товара: проблемы и возможности // Экономика и право. – №2. – 2007 г. – С.92-93
5. Материалы томского таможенного управления.

МЕСТО РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТРУДА

Садырева В.М., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Участником международного рынка труда Россия стала в начале 1990-х годов. До этого, в советский период, население СССР практически не принимало участие в международной трудовой миграции. Въезд из-за границы и выезд за границу строго регламентировались государством. Советские специалисты выезжали на работу по контрактам в основном в страны третьего мира, которые провозглашали стремление следовать социалистическому пути развития. Организация международной миграции осуществлялась только государственными органами.

Во время перестройки экономики, отхода от командно-административных методов управления процессы международной трудовой миграции значительно усилились.

В усилении процессов международной трудовой миграции сыграл свою роль и распад Советского Союза. Если раньше приезд на работу в Россию из Грузии, Армении или других республик считался внутренней миграцией, то в настоящее время расценивается как часть международного процесса [3.С.89].

В настоящее время Россия является как страной-донором, так и страной-реципиентом трудовых мигрантов.

По оценкам Федеральной миграционной службы РФ, число граждан других стран, работающих в России в последние годы, быстро увеличивается. Общая численность иностранных граждан, мигрировавших в Россию в 2009 году, составила порядка 12,3 млн. человек. В 2010 году в Россию

мигрировали 11 млн. трудовых мигрантов, было выявлено порядка 460 тыс. нелегально проживающих иностранцев, из них на Родину было отправлено только 14%. По оценкам экспертов в 2011 году в Россию иммигрировало 13,4 млн. человек, а в 2012 году на 14% больше (15,8 млн.) [5].

Трудовые мигранты – в Россию в основном являются выходцами из бывших советских республик, так как уровень жизни в РФ относительно выше, чем уровень жизни в республиках СНГ. Наиболее крупными поставщиками рабочей силы в Россию из государств-участников СНГ являются Украина, Узбекистан, Таджикистан и Кыргызстан. За 2010 год трудовых мигрантов прибыло с Украины – 1,5 млн. человек, из Узбекистана – 1,2 млн. человек, Таджикистана – 0,8 млн. человек, Кыргызстана – 0,4 млн. человек [6].

К особенностям данной структуры стран-экспортеров рабочей силы в Россию относится то, что среди них фактически нет ни одной экономической высокоразвитой страны.

Характерной чертой участия России в международной трудовой миграции является слабая роль государства в регулировании данных процессов. Как следствие, большое число иностранных работников используются на нелегальных условиях.

Количество нелегальных иммигрантов в России в начале XXI в. оценивается различными ведомствами страны (ФМС РФ, налоговой и пограничной службами) цифрами от 3 до 10 млн. человек. Среди незаконно въезжающих в РФ иностранных граждан преобладают граждане стран СНГ, Афганистана, КНДР, Вьетнама, Китая, а также ряда стран Африки. Рост нелегальной иммиграции приводит к ряду очевидных негативных последствий:

1. Крупномасштабная неуплата налогов, возрастание масштабов утечки финансовых ресурсов из России и др. Согласно официальным данным Центрального Банка РФ объем денежных переводов, осуществляемых физическими лицами из РФ в пользу физических лиц за границу через «Почту России» и систему денежных переводов на начало 2012 г. составил \$21 млрд. При этом, большую часть денежных переводов из РФ осуществляют мигранты из стран СНГ. За первое полугодие 2012 г. мигранты перевели около \$7,7 млрд. В 2012 г. мигранты нарастили денежные переводы на 6,5 % по отношению к 2011 году [2].

2. Формирование значительных по численности этнических «анклавов» в тех регионах России, которые не испытывают недостатка в трудовых ресурсах, а, наоборот, являются трудоизбыточными регионами с благоприятными условиями для ведения бизнеса и проживания (Краснодарский и Ставропольский край, Ростовская область, среднее и нижнее Поволжье). Часто игнорирование этими анклавами российского законодательства, обычаев коренного населения, рост притязаний на землю и недвижимость приводит к нарастанию в этих регионах межнациональных конфликтов.

3. Участие нелегальных иммигрантов в криминальном и теневом бизнесе, угрозы их участия в международном терроризме.

4. В перспективе рост многочисленных этнических анклавов создает угрозу геополитической и национальной военной безопасности страны [4.С.392].

Особым аспектом нелегальной иммиграции является неконтролируемый поток иммигрантов из Китая. По оценкам экспертов, в начале XXI в. в Приморском и Хабаровском краях, Амурской области проживали 5,5 млн. человек, а в приграничных районах Китая – 102 млн. человек. При этом дефицит рабочей силы в указанных регионах России составлял 5 млн. человек, а число безработных в сопредельных китайских регионах – 8 млн. человек [1.С.39-44].

Политика России в отношении иностранных рабочих в первую очередь ориентирована на защиту национального рынка труда. Граждане России имеют приоритетное право на трудоустройство. Однако недостатком миграционной политики страны является то, что она не влияет на направленность миграционных потоков и не оказывает влияния на распределение рабочей силы на территории РФ.

В настоящее время основной целью миграционной политики России является стимулирование регулируемой и законной трудовой миграции, идущей в русле внешнеполитических, демографических и экономических интересов России. К приоритетам миграционной политики государства относятся:

1. Повышение миграционной привлекательности России – снижение эмиграции из России и создание условий для привлечения в страну квалифицированных легальных трудовых ресурсов.

2. Содействие переселению на постоянное место жительства в Россию соотечественников из-за рубежа.

3. Повышение эффективности противодействия нелегальной миграции в системе общей борьбы с терроризмом и преступностью на международном и национальном уровнях.

4. Развитие миграционного законодательства, в том числе сокращение сроков получения гражданства России.

5. Совершенствование миграционного учета иностранных граждан [7.С.454].

Основной подход Правительства РФ состоит в том, что число привлекаемых мигрантов должно соотноситься с потребностями национальной экономики и не перевешивать интересы российских работников.

Данные меры направлены на регулирование миграционных потоков рабочей силы на территории РФ, а также на снижение преступности связанной с нелегальной миграцией.

Учитывая сложившуюся ситуацию, можно предположить, что иммиграция рабочей силы в Россию будет увеличиваться. По данным ФМС РФ в 2013 г. ожидается, что на территорию России въедут 17 млн. мигрантов [5].

Список использованных источников и литературы

1. Архипов Ю.А. Миграционная ситуация и ее влияние на положение в стране и регионе // Миграция и внутренняя безопасность. – 2008. – 23 июня.
2. Газета Экономика [электронный ресурс] – URL: http://www.ng.ru/economics/2012-11-22/1_migranty.html
3. Ионцев В.А. Международная миграция населения: теория и история изучения. – М.: Диалог-МГУ, 1999.
4. Куликов Л.М. Экономическая теория. – М.: ТК «Велби», 2007. – 428 с.
5. Российская газета [электронный ресурс] – URL: <http://www.rg.ru/2013/02/27/migranti-site.html>
6. Труд и занятость в России. Стат. сб. М.: Государственный комитет РФ по статистике, 2011.
7. Экономика народонаселения / под ред. В.А. Ионцева. – М.: ИНФА-М, 2011. – 668 с.

СОВРЕМЕННАЯ АМЕРИКАНСКАЯ ГЕОПОЛИТИКА (ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЙ С. ХАНТИНГТОНА)

Семенова О.К., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Победа Соединенных Штатов Америки в «холодной войне» и распад Советского Союза дали западным государствам повод думать, что после крушения коммунистической системы весь мир должен подчиниться либеральной демократии. Такая точка зрения прослеживается в статье американского геополитика Френсиса Фукуямы «Конец истории?» [1].

Своеобразным контртезисом этой статье стало исследование не менее известного американского геополитика Самюэля Хантингтона «Столкновение цивилизаций», на основе которой позже автор написал одноименную книгу [2]. Хантингтон ставит под сомнение лидерство либерализма во всех государствах и отодвигает идеологию на второй план, предлагая другие критерии для оценки развития международных отношений в ближайшем будущем. Основная мысль, которую отстаивает в своём труде Хантингтон, заключается в том, что пути развития отношений между государствами будут определяться взаимодействием различных культур, религий и мировоззрений, проще говоря – отношениями между различными цивилизациями.

После падения коммунистического режима Советского Союза и завершения «холодной войны» на первый план вышли культурные различия между государствами. Страны стали выбирать своих друзей и противников по принципу сходства или различия у них культурных и религиозных ценностей. Хантингтон понимает цивилизацию как культурную целостность общества, фундаментом которой служат общие для всех религия, история, традиции, язык, образ жизни, система морали. Согласно такому подходу, несколько разных государств могут находиться под крылом одной цивилизации. Хантингтон утверждает, что после долгих лет «холодной войны» на международной арене будут выступать семь цивилизаций, к которым относятся:

- Китайская цивилизация;
- Японская цивилизация;
- Индуистская цивилизация;
- Исламская цивилизация;
- Православная цивилизация;
- Западная цивилизация;
- Латиноамериканская цивилизация [2].

Хантингтон ставит вопрос о возникновении в конце XX века универсальной цивилизации. Под универсальной цивилизацией понимается тенденция людей всего мира к культурному объединению, нахождению общих ценностей и принятию общих принципов в поведении и морали. Существует ошибочное мнение, согласно которому универсальная цивилизация означает процесс распространения западных ценностей и идеалов на весь мир. Как утверждает Хантингтон, в действительности происходит лишь настойчивая трансляция символов западной культуры, внушающая идею могущества западных обществ. Мир стал наиболее интегрированным благодаря быстро развивающимся средствам связи. Однако этот процесс происходит крайне неравномерно, и, бесспорно, лидирующее положение в плане распространения СМИ по всему миру принадлежит именно Западу. И несмотря на то, что позиция Запада в этом плане вполне устойчивая, незападные общества, желающие сохранить свою самобытность, выражают крайне враждебное отношение к этой тенденции.

Универсализация общества предполагает становление и главенство одного общего языка, однако в конце XX века наблюдалась тенденция возвышения роли национального языка в пределах определенных государств. Например, после развала Советского Союза многие республики перестали использовать русский язык в качестве основного и вернулись к своему изначальному, родному языку.

Сходный процесс наблюдается и в движении религии. В конце XX века стала заметной тенденция к возрождению религий и появление фундаменталистских настроений – процесса, обратного глобализации, характеризующегося обращением к изначальным истокам своей культуры, прежде всего религии, и восприятием религиозных норм как главенствующих в обществе. Хантингтон говорит о наиболее интенсивном распространении двух религий – христианства и ислама. Причем если первая религия расширяет своё влияние путем обращения людей в неё, то вторая имеет успех благодаря еще и высокому приросту населения в странах, чье население исповедует ислам [2].

Также возникает иллюзия общей международной культуры благодаря интенсивному взаимодействию государств между собой в форме международной торговли, распространения СМИ, динамичного развития транспорта и высокой интенсивности международной миграции населения. Однако, как предупреждает Хантингтон, еще не гарантировано, что, например, высокий уровень международной торговли может предотвратить возникновение международных конфликтов и вооруженных столкновений. Кроме того, автор обращается к «теории отличительности, которая утверждает, что люди определяют себя при помощи того, что отличает их от других в данных обстоятельствах» [2]. Таким образом, в современном мире имеют место два противоречащих друг другу процесса – глобализация с вероятным возникновением универсальной цивилизации и разделение обществ на основе самоидентификации, сопровождающееся процессом фундаментализма.

Помимо этого наиболее часто возникновение универсальной цивилизации связывают с процессом модернизации. Если безоговорочно поддерживать идею о модернизации, то придется признать, что эта концепция предполагает признание лидерства западной цивилизации, а всем остальным цивилизациям для достижения того же уровня развития необходимо соответствовать западному образцу. Хантингтон уверяет, что это предположение является утопичным, так как маловероятно, что какая-нибудь из незападных цивилизаций согласится пренебречь своими фундаментальными ценностями и всецело скопирует опыт западной цивилизации. Таким образом, вопрос о возникновении универсальной цивилизации остается открытым.

На протяжении многих веков в отношениях между исламом и другими вероисповеданиями, преимущественно христианскими, наиболее часто вспыхивали противоречия. Главным образом, основой для враждебных отношений послужило вечное противоборство религиозных принципов, как общих, так и различных. Для всех мусульман религия занимает главенствующее место во всех сферах деятельности. Для западных государств характерно четкое разделение между религиозными нормами и политической линией станы.

В конце XX века конфликт между двумя непримиримыми цивилизациями обозначился еще более остро. Интенсивный демографический рост населения в мусульманских странах стал причиной бурной миграции большого количества молодых безработных мусульман в страны Запада. Еще одним немаловажным фактором, объясняющим обострение противоречий между Западом и рядом исламских государств, стало падение коммунистического режима, в результате чего и западные государства, и представители исламского мира потеряли общего противника, наличие которого изначальное сдерживало конфликтующие стороны от явного выражения своей враждебности. Экономически развитый Запад внушает мусульманам страх, а религия Запада представляется приверженцам ислама как нечто грязное, опустившееся, аморальное, не имеющее под собой ничего святого. Запад же, в свою очередь, испытывает к странам Ближнего Востока крайнее недоверие, потому что видит в мусульманах основной очаг терроризма, центр распространения ядерного оружия и мигрантов [2].

Таким образом, Хантингтон делает вывод, что главной причиной враждебных взаимоотношений стран Запада и Ближнего Востока является приверженность их другой религии, а точнее – другому образу жизни.

Помимо непокорных стран Ближнего Востока, не даёт покоя Соединённым Штатам и с высокой скоростью набирающие силу страны Восточной Азии, а особенно – Китай. Относительно Китая Хантингтон предлагает три варианта развития событий в Азиатском регионе: первый предполагает превращение Китая в одну из мощнейших мировых держав, в результате чего на международной арене в основном будут состязаться между собой Соединенные Штаты Америки, Россия, Япония и Китайская Народная Республика. Во втором варианте Хантингтон допускает вероятность установления в Восточной Азии биполярной системы, основными конкурентами при которой станут КНР и Япония или КНР и США. Третий вариант предполагает установление Китаем неоспоримого лидерства над всем регионом Восточной Азии, в том числе над Японией и Индией, что позволит ему неограниченно диктовать свои условия остальным подчиненным государствам. Хантингтон дает прогноз, что при стабильном росте экономики Китая и сохранении её мощи в начале XXI века третий вариант развития истории Китая станет реальностью.

По словам Хантингтона, в настоящее время Китай уверенно движется к лидерству в Восточноазиатском регионе. Однако достигается это не посредством использования Китаем военного

вмешательства на территорию других стран, а гибкой политикой, обеспечивающей снижение возможности возникновения каких-либо препятствий со стороны конкурирующих государств на пути к региональному первенству.

Помимо Америки, беспокойство по поводу возвышения Китая охватит и такие страны, как Вьетнам, Индонезия и Япония. В основном конфликты этих стран с Китаем возникают по причине территориальных споров. Япония в случае беспрепятственного движения Китая к статусу доминирующего государства может или подчиниться Китаю и признать его военно-политическое превосходство, или заключить политический союз с США, чтобы предотвратить лидерство Китая в Восточноазиатском регионе, или же отстаивать свои позиции самостоятельно. Хантингтон утверждает, что единогласного решения по поводу возникшей проблемы у японцев не будет [2].

Описывая сценарий вероятной глобальной войны будущего, Хантингтон напоминает о возможных её причинах: во-первых, это противоречия на границах различных цивилизаций и культурных ценностей, прежде всего религии. Во-вторых, возможной причиной конфликта станет изменение экономико-политических позиций главных акторов международных отношений. Если связать воедино два этих фактора, то Америка, страны Европы, Россия и Индия будут вести военные действия против стран Ближнего Востока, Японии и Китая. Хантингтон утверждает, что независимо от того, какая из сторон одержит победу, все участвующие страны понесут огромные военные, экономические и людские потери. Лидирующим в Восточноазиатском регионе государством станет Индонезия, которая на протяжении всей войны сохранит нейтралитет. В результате союз Индонезии и Австралии позволит этим государствам контролировать международные процессы на территориях Восточной Азии. Таким образом, Хантингтон прогнозирует, что центр мировой экономики, политики и военной силы переместится на юг.

Многие из предсказаний, предложенных Хантингтоном, сбываются ныне. События, которые, так или иначе, подтверждают правдивость предположений Хантингтона, связаны как с изменением расстановки сил на международной политической арене, так и с разногласиями между цивилизациями, вызванными религиозными противоречиями.

Китай развивается с огромной скоростью, за десятилетия достигая таких успехов, к каким страны Запада шли веками [3]. Запад продолжает навязывать свои идеологические установки государствам Ближнего Востока. Во многих странах, авторитарные режимы которых были сломлены силами НАТО, царит хаос и разруха [4]. Появившейся в первой половине сентября 2013 года скандальный видеоролик антиисламского содержания «Невинность мусульман» буквально взорвал население мусульманских стран, в результате чего начались массовые выступления приверженцев ислама против Америки [5].

Таким образом, Рефлексия С. Хантингтона, воспринимаемая в начале 1990-х гг. как неправдоподобное пророчество, все более подтверждается событиями 2000-2010-х гг., и обращает на себя самое пристальное внимание современных аналитиков.

Список использованных источников и литературы

1. Фукуяма Ф. Конец истории?, 1989 г. // Библиотека Михаила Грачева – URL: <http://grachev62.narod.ru/hrest/chapt28.htm>
2. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. – М.: АСТ, 2003. – 603 с.
3. Цепляев В. Первые залпы Третьей мировой. Японо-китайский конфликт – начало конца человечества? // Аргументы и факты, 2012. – №39, стр. 5 – URL: <http://www.aif.ru/society/article/55436>
4. За что США боролись на Востоке? // Аргументы и факты, 2012. – №38, стр. 11 – URL: <http://www.aif.ru/dontknow/society/tag/10502>
5. Осипов С., Колесниченко А. Кому выгоден ажиотаж вокруг фильма «Невинность мусульман» // Аргументы и факты. 2012. – №38, стр. 5 – URL: <http://www.aif.ru/society/article/55178>

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ТОВАРНОЙ НОМЕНКЛАТУРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

Ушакова Н.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На сегодняшний день, одним из основных элементов таможенного дела, на сегодняшний день наравне с таможенным оформлением, контролем и статистикой, является товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД ТС), которая предусматривает для каждого товара присвоение своего уникального кода и определенной, на законодательном уровне, ставки таможенной пошлины.

Рассматривая ТН ВЭД ТС, стоит отметить тот факт, что при распределении товаров в соответствующие группировки происходит непрерывное строгое соблюдение принципа однозначного занесения товаров. Наличие в номенклатуре основных шести правил предполагают поэтапное занесение

исследуемого товара в определенную товарную позицию, а затем дальнейшее распределение в соответствующую субпозицию.

Основополагающим документом, для ныне действующей номенклатуры, стала Гармонизированная система описания и кодирования товаров вместе с Комбинированной номенклатурой ЕЭС. Впервые ТН ВЭД была опубликована в 1990 году под названием «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности СССР».

На территории России Гармонизированная система начала свое применение с 1 января 1991 г., что послужило основой построения базы национального классификатора ТН ВЭД.

Следующим этапом развития ТН ВЭД стало подписание Соглашения о единой товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Содружества независимых государств, которое состоялось 3 ноября 1995 г. в Москве. Причиной, побудившей к созданию этого Соглашения, стало стремление правительств 12 государств-членов СНГ к унификации форм таможенной статистики и упрощению таможенных процедур. ЕТН ВЭД СНГ основывается также на базе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров Всемирной таможенной организации. В действие номенклатура введена с 1 января 1997 года.

До 2000 г. ТН ВЭД состояла из 9 знаков, которые распределялись следующим образом: 6 знаков – обозначают код товаров по ГС, 7 и 8 знаки образуют код товаров по КН ЕЭС, девятая цифра ноль (0) – резервная, для возможной детализации в будущем. С 2000 г. ТН ВЭД состоит уже из 10 знаков.

После попыток образования некоторыми государствами-членами СНГ нового интеграционного объединения, 10 октября 2000 г. в Астане главы 5 государств подписали Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС). Только спустя 2 года, а именно 20 сентября 2002 г. в Астане было заключено Соглашение об общей Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического сообщества (ТН ВЭД ЕврАзЭС). Основу общей таможенно-статистической товарной номенклатуры ЕврАзЭС составила ТН ВЭД РФ.

Вследствие интеграционных объединений 1 июля 2010 года был создан Таможенный союз на территории стран России, Белоруссии и Казахстана, где базой классификации товара стала Единая Товарная Номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного Союза, утвержденная Решением Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества, [1] и вступившая в силу 1 января 2010 года.

Начиная с 1 января 2010 г. и по сегодняшний день таможенными органами РФ используется ТН ВЭД Таможенного Союза (ТН ВЭД ТС), в который вошли Россия, Белоруссия и Казахстан. Для тарифного регулирования внешнеторговой деятельности был введен Единый Таможенный Тариф (ЕТТ) Таможенного союза – свод ставок ввозных таможенных пошлин, применяемых к товарам, ввозимым на единую таможенную территорию Таможенного союза из третьих стран, систематизированных в соответствии с единой Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Таможенного союза, утвержденный главами трех государств 27 ноября 2009 года и введен в действие с 1 января 2010 года [2].

ТН ВЭД ТС содержит в себе непосредственно саму классификационную систему, примечания к ней и основные правила интерпретации. Помимо этого, для корректировки поиска в товарной номенклатуре и определения правильного кода используются вспомогательные материалы, представленные в виде публикаций к ТН ВЭД (пояснения к ТН ВЭД и алфавитно-предметный указатель).

Пояснения сформированы из комментариев, созданных ко всем составным частям ТН ВЭД ТС, но данные пояснения не имеют своей юридической силы и цель их создания – облегчение поиска и присвоения товару индивидуального 10-значного кода.

Алфавитный указатель, также как и в ГС, содержит в себе список всех товаров, включенных в ТН ВЭД ТС, расположенных в алфавитном порядке. Его создание также предполагало обеспечение удобства работы с номенклатурой и увеличение скорости кодирования товаров.

Стоит отметить тот важный факт, что номера разделов, подгрупп и подпозиций не участвуют в формировании кода.

Принцип построения ТН ВЭД заключается в том, что информация о кодах товаров распределяется в соответствии с пятью уровнями детализации: 1-й уровень Разделы; 2-й уровень Группа (Подгруппы) (2значный код); 3-й уровень Товарная позиция (4значный код); 4-й уровень Субпозиция (6значный код); 5-й уровень Подсубпозиция (10значный код) [3].

Инструментом механизма государственного регулирования экономики, где значимая роль принадлежит таможенно-тарифному механизму, включающему таможенные пошлины, сборы, налоги, взимаемые при ввозе или вывозе товаров, является ТН ВЭД ТС.

В качестве признаков, участвующих в построении разделов принято считать:

- происхождение (товары сельского хозяйства, рыболовства, животноводства, лесного хозяйства, минеральные продукты). По данному признаку классифицируются товары раздела I (группы 1-5), II (группы 6-14), V (группы 25-27);

• химический состав (жиры и масла, продукция химической отрасли, пластмассы, каучук). Сюда относятся товары, которые классифицируются в III раздел (группа 15), VI (группы 28-38), VII (группы 39-30);

• вид материала, из которого изготовлен товар (кожевенное сырье, мех, древесина, бумага, изделия из камня, гипса, цемента). По этому признаку товары классифицируются в разделы VIII-X (группы 41-49), XIII-XV (группы 68-83);

• функциональное назначение товара (готовые пищевые продукты, текстиль, текстильные изделия, обувь, головные уборы, машины и оборудование, средства транспорта, приборы, часы, музыкальные инструменты, оружие, мебель). Классификация товаров происходит в разделах IV (группы 16-24), XI (группы 50-63), XII (группы 64-67), XVI-XXI (группы 84-97)[4].

Вследствие включения обширной области товаров в разделы, для приближения к конкретному товару, принято делить все разделы на группы, которым присваивается индивидуальное имя и собственное цифровое обозначение в виде 2-х арабских цифр. В данных группах происходит уточнение характеристик товаров, более полное и детальное описание товаров, нежели в разделе.

Во время образования групп заложено следующий принцип последовательности – обработки товаров, который включает в себя распределение на группы сырье, полуфабрикаты и готовые изделия.

Всего насчитывается 99 групп, причем как уже было отмечено, три из них являются резервными (77, 98 и 99). Они могут быть использованы для расширения номенклатуры и выделения специфических товаров в национальной практике отдельных стран. Так, группу 77 планируется использовать для классификации титановых сплавов, 98, 99 – для классификации услуг.

Некоторые группы в ТН ВЭД имеют подгруппы. Однако они не принимают участие в формировании кода товара, обозначаются римскими цифрами и созданы лишь для удобства пользования номенклатурой.

Группы делятся на товарные позиции, они также имеют свое имя и цифровое обозначение, состоящее из четырех арабских цифр.

На основании выше изложенного можно с уверенностью сказать, о том, что именно ЕТН ВЭД ТС, при современных условиях изменения принципов таможенного регулирования, способна занять основную нишу регулирования внешнего потока товаров в страну, захватывая при этом концентрацию внимания деятельности мер как тарифного, так и нетарифного регулирования, а также таможенной статистики.

Список использованных источников и литературы

1. Решение Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества (высшего органа таможенного союза) от 27 ноября 2009 г. №18 – URL: <http://base.garant.ru/12171195/>
2. Решение Об утверждении Единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и Единого Таможенного Тарифа Таможенного союза от 16 июля 2012 г. N 54 – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=133133>
3. Таможня Ру – URL: www.tamognia.ru/programs/questions/brokeranswer_page3.php
4. ЗАО «РОСТЕК-Новороссийск» – URL: http://www.nrostek.ru/info_all/termin/tived

ECONOMIC RELATIONS OF RUSSIA AND UKRAINE. GAS WAR.

Bunetskaya D.N., Shabanova T.A., students
National Research Tomsk Polytechnic University

With disintegration of USSR economic connections of the previous republics were broken, that pulled social-economic crisis in the countries – participants of the Soviet Union. There was a question about the search of effective methods of agreement and settlement economic connections among the countries in the post-soviet area, and, besides, creating of new forms of economic collaboration. The government of Russia and Ukraine understood that for development of economic connections and entry to the world market it is necessary to optimize the external economic connections, increase the result of foreign-trade cycle of Russia and Ukraine and, moreover, to update national economy and normative base of trade relationships between the countries.

Today Russia and Ukraine are quite important trade partners for each other. For the whole period of economic and politic relationship of Russia and Ukraine more than 150 bilateral contracts were negotiated [1]. Most of them were signed in the trade and economic, scientific and technical, military and technical spheres.

At present, relations between two countries are based on a program of economic cooperation between the Russian Federation and Ukraine in 2011-2020 years. The program is a document containing a set of agreed views of the Russian Federation and Ukraine on the prospects for long-term mutually beneficial cooperation in the economic sphere as equal independent countries-partners. The program contains the goals and means of development of Russian-Ukrainian economic cooperation, its main directions and priorities of the industry, and the expected results. The program is based on the following basic documents accepted by the Russian Federation and Ukraine:

- Treaty of Friendship, Cooperation and Partnership between the Russian Federation and Ukraine on 31 May 1997;
- Agreement between the Government of the Russian Federation and the Cabinet of Ministers of Ukraine on the encouragement and reciprocal protection of investments, dated 27 November 1998;
- decisions of the Russian-Ukrainian Interstate Commission;
- decisions of the Committee on Economic Cooperation of the Russian-Ukrainian Interstate Commission;
- decisions of the Sub-Committee on Humanitarian Cooperation of the Russian-Ukrainian Interstate Commission;
- decisions of the Subcommittee on International Cooperation of the Russian-Ukrainian Interstate Commission [2].

A lot of documents regulate collaboration in humanitarian, politician, informative and consular spheres of activity of Russian and Ukrainian societies. But nowadays there are problems in collaboration in financial, military and technical, ecological, energy and air-building spheres.

On the one hand, there are close economical connections between the countries. But on the other hand, they have got trade tension in the certain sectors. Trade statistics shows that Ukraine economic dependence on the trade relations of Russia is much bigger than Russian one [3]. In the language of trade dispute it means that Russia has more arguments for economic pressure on Ukraine. Russia and Ukraine have controversy in the trade sphere in some economic sectors, «for instance, there are 7 active antidumping measures on the customs union, and four of them directed against Ukraine» [4]. On the whole, these measures touch on metallurgical and trumpet industry. Furthermore, there are arguments about the price of transit of Russian gas through the Ukrainian territory.

The first gas conflict between Russia and Ukraine 2005-2006 was caused by notion of the Russian concern "Gazprom" to raise the price for the natural gas which was delivered to Ukraine. This step corresponded to the general orientation of actions of "Gazprom" on reduction in full compliance with a price level in the European gas market of the export prices for gas for the Post-Soviet states.

In the night of January 4, 2006 was signed the contract between Gazprom and Naftogaz about conditions of deliveries of Russian gas to Ukraine which will be carried out through the intermediary company "Rosukrenergo", and about conditions of transit of Russian gas to Europe through the territory of Ukraine for a period of five years. In the contract were published the main conditions of the agreement:

1. Gazprom will sell Russian gas of the Rosukrenergo company registered in Switzerland at «the market European prices», with the original price of 230 dollars for 1000 cubic meter (on whole in 2007 17 billion cubic meters of gas will be sold). At the same time in 2006 "Gazexport" and "Naftogaz of Ukraine" will transfer "Rosukrenergo" the contracts to purchase 56 billion cubic meters of gas from Central Asia [5].
2. In the first half 2006 Ukraine will buy gas from the Rosukrenergo company at the mean price of 95 dollars for 1000 cubic meter [6].
3. For transit of Russian gas through the territory of Ukraine Gazprom will pay 1,60 dollars for 1000 cubic meter per 100 kilometers (till January, 1 2006 tariff compounds 1,09 dollars) [7].
4. Transit of the Central Asian gas for Ukraine on the territory of the Russian Federation will be carried out with payment of the same tariff.
5. "Gazprom" and "Naftogaz of Ukraine" agreed that from 2006 to 2030 of 15 billion cubic meters of Russian gas will be stored in the Ukrainian underground gas storages with a tariff of 2,25 dollars for 1000 CBM per year [5].

To the end of the term of agreement the presidents Vladimir Putin and Viktor Yushchenko stated at a press-conference in Kazakhstan, that the «gas conflict» between Russia and Ukraine have successfully resolved to the satisfaction of both parties. Critics of the agreement, however, suggested that the use of mediating structures «RosUkrEnergo» may lead to new divisions.

The second gas conflict between States took place in 2008-2009. This conflict was preceded by a gas conflict between Russia and Ukraine 2005-2006. The conflict was caused by the absence of the contract on delivery of natural gas to Ukraine in 2009 and Ukrainian debt for the supplied gas in 2008. On 11 December 2008 the amount of the debt was \$ 2.4 billion. With the account of the December deliveries of «Naftogaz of Ukraine» was to pay a little more than 3 billion at the end of the year.

As a result of the conflict from January 1, the supply of gas was stopped to Ukraine, and from January, 5 the supply for European consumers decreased. On January, 7 the transit of Russian gas through the territory of Ukraine was terminated completely. After the conclusion of agreement on the arrangement on prices on January, 19 in Moscow, the supply of gas to Ukraine and transit to Europe resumed. As a result of the conflict were placed the new conditions for transit and trade of gas:

1. sharp increase of the price for gas for Ukraine, a complete liquidation of deliveries of Turkmen gas to Ukraine, monopolization by "Gazprom" of all deliveries of natural gas on the territory of the country;
2. liquidation of the intermediary of "Rosukrenergo" which, on the one hand, was accused of opacity, and, on the other hand, – provided deliveries to Ukraine not only of Russian, but also Turkmen gas;
3. Ukraine provided guarantees of purchases of Russian gas in certain bulks which were criticized subsequently as they were overestimated (no other similar guarantees on gas transit on the territory of Ukraine from Russia were provided).

In August, 2009 the gas conflict between Russia and Ukraine got a new turn. On August 10, 2009 the Deputy Prime Minister of the Russian Federation Igor Sechin declared that Russia doesn't intend to give out the credit to Ukraine on purchase of the Russian gas. At the beginning of August, representatives of the European banks confirmed possibility of allocation of the credit to Ukraine on gas purchase of 1.7 billion dollars [8].

On April 21, 2010 in Kharkov Victor Yanukovich and Dmitry Medvedev signed the new agreement concerning cost of purchases and gas transit through the Ukrainian GTS, having coordinated decrease in a bet for 30 % from the current size to extension of the agreement on rent of base by the Black Sea Fleet of the Russian Federation in Sevastopol for 25 years, till 2042 [9].

The "gas" conflict managed to be resolved on January 19, 2009 with signing of contracts on delivery of Russian gas to Ukraine and on transit of Russian gas through GTS of Ukraine to Europe. Period of validity of both contracts is from 2009 to 2019. Ukraine received a discount in 20 % from the Central European price for gas which in the first quarter 2009 compound 450 dollars for one thousand cubic meters. The Ukrainian side, in turn, kept a transit rate in 2009 at level of 2008 – 1,7 dollars for one thousand cubic meter on 100 kilometers. [10]

After coming to power in 2010 Victor Yanukovich initiated the revision of gas price for Ukraine. Within the working visit of the president of the Russian Federation Dmitry Medvedev on April 21, 2010 in Kharkov were signed additions to the contract, increasing gas purchase by "Naftogaz" to 36,5 billion cubic meter, and also providing a discount in the price in size of decrease by the Russian government of the duty for gas deliveries to Ukraine. The duty was nullified, and, as a result, decrease made 30 % from contract price of gas.

According to "Naftogaz", the price for the Russian gas for Ukraine in the first quarter 2012 compounds 416 dollars for one thousand cubic meters, in the second and third quarters compounded 418 dollars, in the fourth quarter - 413 dollars for one thousand cubic meters.[11]

On January 26, 2013 «Gazprom» has put forward a claim and expense of «Naftogaz of Ukraine» on the \$ 7 billion. In 2012, the size of the purchases of the gas company «Naftogaz of Ukraine» was much less, than it was planned. Under the contract, the Ukrainian «Naftogaz of Ukraine» was to purchase 52 billion cubic meters of gas, but purchased only 33 billion. The government of Ukraine realizes that there is no capacity to pay for the bill. Therefore, in the opinion of the analysts, the new gas conflict between the two countries can develop into an international trial, as well as the possible suspension of cooperation in the gas trade and transit [12].

In spite of the problems of gas's transit, Russia and Ukraine are still important trade partners. Bilateral contracts are directed to adjust the gas's conflicts, and to increase the rate of the trade between 2 countries. According to ITAR-TASS Ukraine keeps the fourth place in the trade with Russia after China, Germany and Netherlands. Ukraine's trade part with Russia is 6,2% [13]. Thus, in the process of globalization, the formation of the single market of goods and services can transform relations of Russia and Ukraine in the mutually beneficial collaboration.

References

1. Двусторонние соглашения между Россией и Украиной [Электронный ресурс] – URL: <http://www.tprf.org.ru/info9.htm> (дата обращения 11.03.2013г.)
2. Программа экономического сотрудничества Российской Федерации и Украины на 2011-2020 гг. [Электронный ресурс] – URL: docs.pravo.ru/document/view/20384142/ (дата обращения 11.03.2013г.)
3. Экспорт-импорт России важнейших товаров за январь-сентябрь 2012 года [Электронный ресурс] – URL: http://customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=16542&Itemid=1981 (дата обращения 11.03.2013г.)
4. Российская газета. «Конец войне» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.rg.ru/2012/05/29/konec.html> (дата обращения 12.03.2013г.)
5. Газовый конфликт между Россией и Украиной 2005-2006 года [Электронный ресурс] – URL: <http://best-ukraine.com.ua/index.html?go=10765> (дата обращения 13.03.2013г.)
6. Газовый конфликт между Россией и Украиной 2005-2006 года [Электронный ресурс] – URL: <http://stockauction.ru/82510849788c90cf.html> (дата обращения 13.03.2013г.)
7. Текст соглашения между «Нафтогазом» і «Газпромом» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/01/5/4395629/> (дата обращения 13.03.2013г.)
8. Россия отказалась кредитовать Украину [Электронный ресурс] – URL: <http://lenta.ru/news/2009/08/10/nocredit/> (дата обращения 13.03.2013г.)
9. Итоги переговоров Медведева и Януковича на Украине [Электронный ресурс] – URL: <http://weekjournal.ru/society/news/7628.htm> (дата обращения 13.03.2013г.)
10. Газовый конфликт между Россией и Украиной 2008-2009 гг. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.polit.nnov.ru/2009/01/08/konsukrosgaz/>
11. Газовый конфликт между Россией и Украиной 2008-2009 гг. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.polit.nnov.ru/2009/01/08/konsukrosgaz/>
12. Таразевич А. Между Россией и Украиной вспыхнул новый газовый скандал: «Газпром» требует \$7 миллиардов от «Нафтогаза» за невыполнение контракта [Электронный ресурс] – URL: <http://sobesednik.ru/node/90742> (дата обращения 13.03.2013г.)

THE ROLE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN THE GLOBAL MARKET

Kustov A.D., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Transnational corporations (TNCs) are one of the most important parts of the modern world economy. In recent decades, much attention is paid to them. Transnational corporations (TNCs) are companies that make most of its operations outside the country in which it is registered, often in several countries where it has a network of offices, branches and enterprises [3.p.24]. Their development reflects strengthening of the international division of labor and increased international competition. TNCs are directly involved in the full range of world economic relations, as the driving force of the world economy. On the one hand, TNCs largely depend on international economic relations and, on the other hand, they provide a very strong impact on them.

TNCs activities are spread all over the world economy. Influence of TNCs also extends to the world politics, so TNCs are also the actors in world politics, as well as international organizations or nation-states.

Due to the weakening of the barriers to the movement of factors of production, goods and services between countries, increasingly importance for the development of industrial enterprises acquire foreign trade operations (import and export of goods and services, foreign investment and cooperation with companies from other countries). The increasing export of capital in the form of direct investment and the development of world trade indicate an increase in the value of foreign economic factors in the development of the world economy. TNCs value in the international movement of capital is constantly growing.

This problem is relevant because TNCs are now one of the major structural elements of the economies of most countries, and the driving force of development of these countries. To improve the efficiency of the Russian economy and the sustainability of its development it is necessary to evaluate the potential of domestic companies and to develop recommendations for the exit to the transnational level. One of the key development factors of the world economy is the international manufacturing business associations, which is based on the international movement of capital. This capital has a high degree of international mobility. Movement of this capital occurs when moving the money flows between borrowers and lenders in various countries, and between foreign firms and domestic owners. International capital flows are moving to where investment projects are implemented more efficiently. The increasing role of TNCs in the international movement of capital determines the relevance of the subject.

The goal of this study is the revealing of role and place of transnational corporations in the system of world economic relations.

The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) defines transnational corporations as firms, consisting of parent companies and their foreign filials [14.p.276]. The parent company is the one that controls the assets of enterprises that are abroad, usually through participation in their share capital. Foreign filials are the enterprise in which resident in another economy, owns a share, which allowing them to carry out part in the management of this company. UN Classification refers to transnational firms that have turnover of more than \$ 100 million, and branches at least in six countries. In addition, an important factor in determining the international status of the company is the value of the percent of its sales that are implemented outside the country of residence [2.p.115].

About 40% of the properties of 100 largest global companies, including financial companies are based in other states [1, p.170]. Most TNCs are based in the U.S., Japan and European Union countries. TNCs control about 40% of industrial production in the world, and a significant portion of international trade. Distinctive features of multinational corporations are: the existence of a central command body of the TNC; presence of multinational equity, acquisition of foreign subsidiaries administration by personnel who are familiar with local conditions [7.p.122].

The main reason for building is TNC pursuit of greater profits. Hard competition promoted the concentration of production and capital on an international scale and the emergence of transnational corporations.

Due to the fact that TNCs are the result of objective economic processes that taking place in the global economy, they have some specific features, among which are the following:

- 1) TNCs as active actors in the international division of labor contribute to its expansion;
- 2) the movement of capital TNCs, mainly independent of the processes occurring in the country of domicile of the corporation;
- 3) TNCs create a system of in international production, that based on the location of subsidiaries, branches and offices around the world;
- 4) TNCs develop high-tech and knowledge-intensive industries, which require significant investment and skilled personnel [1.p.170].

TNCs have a strong industrial base, so that they can carry out production and trade policy that ensures high performance production planning. The parent companies often plan and develop strategies and tactics for development and production, which transfer to the branches. Transnational corporations are conducted policy of investment and research internationally. During the expansion, TNCs use different ways of development of world markets. They can use these ways to capture the market as franchising, licensing, marketing and technical services, management contracts, enterprise "turnkey", agreement on the implementation of certain operations and temporary contracts to joint ventures [9.p.576].

Despite all the benefits, there are some problems that are related to the activities of transnational corporations in the host and the exporting country. The most important among them are the following:

- 1) The host country is not allowed to participate in the conduct of R & D;
- 2) Operation and the establishment of a strong external control by TNCs;
- 3) TNCs can manipulate prices in order to avoid taxes [13.p.3]

At the same time there are also some disadvantages for the TNCs country:

- 1) State regulation of foreign investment: a ban on investment in certain sectors, the special conditions of investment (use and training of local workers, R & D in the host country);
- 2) The loss in the trade balance;
- 3) Risk of confiscation of investments.

Though there is a variety of TNCs, they can be divided into the following four groups:

- 1) Ethnocentric. Companies of this type are subsidiaries abroad to ensure supplies of raw materials or software markets, but foreign markets for them are primarily a continuation of market of their country.
- 2) Polycentric. Companies of this type are characterized by the fact that the foreign market is more important sector of activity compared to the domestic market. These foreign branches are larger and more diverse, they not only sell products that the parent company, they producing it abroad.
- 3) Regioncentric. This type focuses on entire regions, such as the whole Western Europe, not only Germany or the UK. Although foreign subsidiaries in this case are located in different countries, they focus on the entire region, or at least execute the orders of the regional headquarters. This type is especially popular.
- 4) Geocentric. This type is characteristic of the TNCs, which are like a decentralized federation of regional branches. Parent company sees itself not as the center of TNCs but as one of the units [11.p.857].

Changing and transforming, TNCs affect the economies of other countries, and they have an impact on national legislation and policies, forcing the governments of these countries, to establish and structure the national economy, lobby for change and the introduction of new regulations that allow TNCs implement effectively.

Russian economists suggest the following classification of the organizational basis:

- 1) Transnational corporations are national monopolies with foreign assets. Their production, trade and marketing go beyond one state. They capital is national but areas of activity are international.
- 2) Multinational corporations are, in fact, international corporations that combine national companies of different states in the industrial, scientific and technical basis. Their capital and areas of activity are multinational [2.p.264].

One of the problems connected with TNCs is that it is necessary to separate the concept of "transnational" and "multinational" corporation. Multinational corporations operate in some other countries, but this activity has little impact on the political and economic processes taking place in these countries. The activities of transnational corporations lead to the creation and management of links, standing over the states, has a significantly greater impact on the processes taking place in other countries [10].

Currently TNCs have become important actors in the world economy, their role in the system of international economic relations is difficult to overestimate. Activities of TNCs largely determine the nature of the foreign economic relations of the major industrialized countries. Active investment, manufacturing and trading activities of the TNCs enables them to serve as a regulator of international distribution and production and develop the process of global economic integration.

Host countries both developed and developing, mostly approve transnational corporations on their own territory. In the world there is competition between countries to attract foreign investment, in which TNCs receive different benefits. When choosing a country TNCs are studying the investment conditions in such basic criteria as: capacity of the local market, location, availability of resources, political stability, taxation, legal terms of foreign investment, the nature of trade policy, the level of intellectual property protection, the degree of infrastructure development; cheapness of labor and the level of its qualification; government regulation of the economy, the stability of the national currency, the possibility of repatriation of profits [6.P.34].

The current stage of development of the world economy has been characterized by several fundamental trends. The first trend is the formation of a global world economy. The second trend is the significant capital accumulation of large national corporations, whose products also has international significance. A third trend is the development of technology-intensive industries in the industry, requiring the participation of labor, financial, industrial and natural resources at the same time in many countries. The fourth trend is the increasing transnationalization of national economies of individual countries.

In modern conditions TNCs used not only for mergers and acquisitions, but also they make strategic alliances and other inter-firm cooperation agreements that help them leverage the competitive advantages of all parties.

To assess the level of transnationalization of corporations the transnationalization index is used, which is the average of the following ratios: foreign assets to total assets, foreign sales to total sales, foreign employment to total employment in the company [5.p.122].

Disadvantage of indexes transnationalization and internationalization is that they do not take into account the diversification of foreign network: whether branches located in only a few countries, or scattered around the world. Indices of internationalization and breadth of the branch network do not give an indication of foreign assets, the level of sales and employment. To address these shortcomings, some researchers propose to use the sum of the indices of transnationalization and breadth of the branch network, which is a more accurate measure of the degree of transnationalization [12.p.24].

One of the main features of the transnational economy is the export of capital, which in turn supports one of the main forms of internationalization of capital national corporations. The global TNCs constitute financial center of the economy, which affects the functioning and development of the global production, global labor market, information, services, knowledge and intellectual capital. Thus, transnational corporations are complex socio-economic systems, including manufacturing, financial, trade and service, science and technology and control structures that are active as the leading actors of the world economy in the areas characterized by a global scale.

In conclusion, it must be said that at the present time, almost every country and the world society of this country, to some extent depend on the actions of transnational corporations, since these determine the position of the world economy. TNCs impact on the world economy is so strong that the error in the management of TNCs may lead to a financial crisis. TNCs act as the engine of globalization, increasing interdependence of countries. With a huge economic power TNCs involved in politics insufficiently protected countries using means of lobbying, bribery or financial pressure. The most striking example of it are the countries in Africa, unable to resist the influence of TNCs, suffering from constant political and economic instability.

References

1. Абрамов В.Л. Мировая экономика – М.: Дашков и Ко, 2007.
2. Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1999.
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2003.
4. Булатов А.С. Мировая экономика – М.: Юристъ, 2002.
5. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента. – М.: Инфра-М, 2006.
6. Коница Н. Управление транснациональными корпорациями в условиях глобальной конкуренции // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 5.
7. Краткий внешнеэкономический словарь-справочник. – М., 1988.
8. Пителис Х.Н. Транснациональная компания // Российский журнал менеджмента. – 2007. – Том 5. – № 4.
9. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения: Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
10. Транснациональная компания [Электронный ресурс] Фокин Н.И. – URL: <http://dictionary-economics.ru/word/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BD%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F>
11. Фаминский И.П. Международные экономические отношения – М.: Юристъ, 2004.
12. Ietto - Gillies G. Different conceptual frameworks in the assessment of the degree of internationalization: empirical analysis of various indices for the top 100 transnational corporations // Transnational corporation journal. – 1998. – Vol. 7. – № 1.
13. Towards Unitary Taxation of Transnational Corporations Tax justice network, 2012
14. World Investment Report 2006. – UNCTAD: New York and Geneva, 2006.

FOREIGN TRADE RELATIONS OF RUSSIA AND CUBA AT THE PAST AND NOWADAYS

Mironova M.S., Serichenko P.V., students
National Research Tomsk Polytechnic University

Relations between Russia and Cuba have an interesting and complicated history, which has period of close economic and political cooperation, as well as a period of almost complete cessation of trade relations.

Before the disintegration of the USSR our country helped Cuba almost in all economic sectors, such as agriculture, energy, mining, engineering and others. Interaction included investment cooperation, technical assistance and training of professionals. For example, in Soviet Union were studying many Cuban professionals, and even the son of Fidel Castro – Fidelito. With technical assistance of the Soviet Union in Cuba from 1960 to 1990 were created new branches of industry. The USSR also supplied oil at preferential prices. In exchange trade, Cuba exported to the Soviet Union and the socialist countries raw sugar, tobacco, citrus and nickel.

Cuban trade with Moscow decreased from 8 billion almost to nothing after the USSR collapse. The relationships between countries finally crashed in 2000, when Vladimir Putin decided to close the station of electrical decreasing, which was the last Russian military presence of reliction on Cuba. A few years later Moscow became interested in restoration of relationship again and allocated Cuba a credit for \$ 350 million for the mining industry financing. Trade between them was improved and in 2008 Russia became number ten Cuban partner in volume of production [1].

On February 22, Prime Minister of Russia Dmitry Medvedev made an official visit to Cuba and met with the leader of "the Island of Freedom" Raul Castro. According to this trip former Cuban credits to Russia were written off. An agreement to settle the debt on Cuba's loans to the USSR was signed after Prime Minister visited Havana. Thanks to the Minister of Industry and Trade Denis Manturov, the debt of more than \$ 30 billion will be partly written off; it is restructured for 10 years. During the visit of Dmitry Medvedev in Cuba seven intergovernmental and interdepartmental documents were signed. Among them were the agreement on cooperation in the space industry and environmental monitoring [2].

The written off debts cause questions and misunderstandings among people. Actually, Cuba's debt restructuring on closer examination is very perspective. In recent years Russian Federation wrote off debts to many countries, but in most cases, it was out of desperation. In fact, Russian authorities have been understanding that the debt will not be given back in full, but at least it is possible to declare a further course on «friendship and cooperation». In the case of Cuba, the situation is different. Firstly, it should be noticed, that after negotiations in Havana, chairman of the Council of Ministers Raul Castro allowed himself that a few years ago seemed impossible. He admitted the debt to Russia, and in fact gave up the idea of putting forward financial claims to Moscow. Moreover, Cuba made a number of counter-concessions [3].

First concession is the opportunity for Russia to develop oil fields in Cuban shelf. Incidentally, the presence of hydrocarbon reserves near the coast of Cuba has been identified by Soviet specialists in the second half of 1980s. Oil production on the shelf of Cuba with the help of Russian technologies can lead to certain preferences for both countries. It will be possible to realize the extracted oil to other countries in the Caribbean, and even in other regions, which are not in the interests of the United States. Getting in this region oil-producing ally is a big plus for Russia [4].

However, there are different outlooks on the debt restructuring of Cuba to Russia. For example, during the visit of Prime Minister D. Medvedev on the Island of Liberty breakthrough agreements in terms of mutual trade were achieved. Federal Customs Service of Russia together with the Ministry of Foreign Trade of Cuba signed an agreement on the common system of tariffs, which today manifests itself very effectively in the Customs Union. Thus, Cuba becomes a kind of a candidate for membership in the Customs Union, because full tariff preferences to countries which do not belong to the Union, today, do not apply. The new trade regulations between Russia and Cuba, according to representatives of the Cuban side, may lead to substantial progress. One of the directions of cooperation is the involvement of Russian experts in modernization of railway system, without which the development of the mining sector is impossible. Eventually, Russia gets good piece of layer cake, which contains oil industry and transportation of raw materials produced in the various ports of the country.

In addition, Russia and Cuba are moving to a new system of trade relations. There will be no mediation during commercial operations between Moscow and Havana. It will reduce the cost of imported goods for both countries. Contracts for supplying Cuban aircraft were signed as well as contracts for retooling by Russian specialists Cuba's planes [5].

Between Russia and Cuba were signed agreements on cooperation in the field of education, nuclear energy, space exploration and meteorology. It was agreed to sign a protocol on exchange of information, which many experts associated with the possible resumption of the Russian monitoring of the situation in the USA [3].

For Russia mutual relationships with Cuba are very important. From a geopolitical point of view, the United States, as the leader of sea power and maritime civilization, is opposed to Russia geographically and geopolitically. And the whole history of relations between Russia and the United States, and before that between Russia and the UK, reflected it. It is very important for us to have such a major foothold as Cuba, a friendly country, with a geo-strategic and geopolitical point of view.

References

1. Фидель Кастро и Куба после распада мировой системы социализма – URL: http://www.memoid.ru/node/Fidel%27_Kastro_i_Kuba_posle_raspada_mirovoj_sistemy_socializma (дата обращения: 16.03.12)
2. Медведев на Кубе встретится с Раулем Кастро и посетит книжную ярмарку – URL: <http://ria.ru/politics/20130222/924119708.html> (дата обращения: 16.03.12)
3. Россия открывает Латинскую Америку заново – URL: <http://topwar.ru/24691-rossiya-otkryvaet-latinskuyu-ameriku-zanovo-ili-o-proschenii-30-milliardnyh-zadolzhennostey.html> (дата обращения: 16.03.12)
4. «Зарубежнефть» начинает бурение на кубинском шельфе – URL: <http://top.rbc.ru/economics/19/11/2012/825674.shtml> (дата обращения: 16.03.12)
5. Россия и Куба: новый этап отношения? – URL: <http://interaffairs.ru/read.php?item=8898> (дата обращения: 16.03.13)

DIE AUFGABEN DES ZOLLS

Ichenko A.A., Tarasova L.V.

Polytechnische Universität Tomsk

Zöllnerinnen und Zöllner schützen die Wirtschaft vor Wettbewerbsverzerrungen, die Verbraucher vor mangelhaften Waren aus dem Ausland und die Bevölkerung vor den Folgen grenzüberschreitender organisierter Kriminalität.

Verbrauchssteuererhebung

Der Zoll trägt durch die Erhebung der Verbrauchsteuern entscheidend dazu bei, die Handlungsfähigkeit des Staates zur Erfüllung seiner Aufgaben zu sichern.

Mit rund 67 Milliarden Euro machten sie im Jahr 2011 über die Hälfte der Einnahmen des Zolls aus. Verbrauchsteuern sind nationale Abgaben, die den Verbrauch oder Gebrauch bestimmter Waren belasten. Zu den in Deutschland erhobenen Verbrauchsteuern gehören die Energiesteuer, Tabaksteuer, Stromsteuer, Branntweinsteuer, Alkopopsteuer, Kaffeesteuer, Biersteuer und die Schaumwein-Zwischenerzeugnissteuer.

Der zollamtlichen Überwachung unterliegen dabei neben dem Verkehr verbrauchsteuerpflichtiger Waren über die Grenze insbesondere die Herstellung, die Lagerung und die Verwendung dieser Erzeugnisse in Deutschland [1].

Risikoanalyse

Der Zoll kontrolliert gezielt, um den schnellen Warenfluss so wenig wie möglich zu beeinträchtigen. Für Unternehmen und Speditionen bedeuten Zeitverzögerungen immer auch Kosten – bei terminierten Auslieferungen drohen oftmals sogar Konventionalstrafen. Zeit für Abfertigung und Kontrollen beim Grenzübergang ist daher heute praktisch nicht mehr vorhanden. Als wirtschafts- und serviceorientierte Verwaltung hat der Zoll auf diese globalen Entwicklungen und die Bedürfnisse der Unternehmen reagiert.

Der Zoll analysiert ständig die zollrelevanten Risiken im Warenverkehr und stellt seinen Dienststellen Abfertigungshinweise für zielgerichtete Kontrollen elektronisch zur Verfügung. Jährlich werden mehrere Hundert Risikoprofile von einer eigens hierfür eingerichteten Zentralstelle und der Zollfahndung erstellt, die den Zöllnerinnen und Zöllnern vor Ort Hinweise auf risikobehaftete Lieferungen geben.

So werden die weiter notwendigen Prüfungen in der Summe weniger, aber im Ergebnis effizienter - bei gleichzeitiger Reduzierung des Zeitaufwands. Die jährliche Erfolgsbilanz bei der Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität – von der Produktpiraterie bis zur klassischen Steuerhinterziehung - bestätigt dies eindrucksvoll. Die risikogeleiteten Prüfungen sichern Steuergerechtigkeit und fairen Wettbewerb, ohne die Warenströme durch lange Wartezeiten zu behindern.

Marktordnungen

Von landwirtschaftspolitischer Bedeutung sind Marktordnungen, die es in der Europäischen Union für Agrarwaren, wie zum Beispiel Getreide, Milch, Zucker oder Rindfleisch gibt. Bei der Umsetzung dieser Regelungen hat der Zoll eine wichtige Funktion.

Besonderes Merkmal der meisten Marktordnungen sind gemeinsame Preisregelungen, die der Stabilisierung der Preise auf dem Gemeinschaftsmarkt dienen. Der Zoll erhebt deshalb bei der Einfuhr dieser Waren Einfuhrabgaben und gewährt Erstattungen bei der Ausfuhr aus dem Gebiet der Gemeinschaft. Dadurch wird der Unterschied zwischen den Weltmarktpreisen und den höheren Preisen innerhalb der Gemeinschaft ausgeglichen.

Inkassoorganisation des Bundes

Der Zoll realisiert neben eigenen auch andere öffentlich-rechtliche Forderungen, wie die der Agenturen für Arbeit, Krankenkassen und Berufsgenossenschaften. Vollziehungsbeamte im Außendienst sorgen dafür, dass alle Schuldner ausstehende Steuern oder Beiträge entrichten oder zu Unrecht erhaltene Leistungen zurückzahlen. Dinge, die Schuldner für eine bescheidene Lebensführung brauchen, werden nicht gepfändet.

Bei Zollkontrollen an der Grenze und im Inland kann der Zoll ausstehende Forderungen ausländischer Schuldner betreiben. Insgesamt nahm der Zoll im Jahr 2011 in über drei Millionen Vollstreckungsfällen fast 1,2 Milliarden Euro für den Staatshaushalt ein.

Schutz für Wirtschaft, Bürger und Umwelt

Im Europa der offenen Grenzen hat sich das Gesicht des Zolls gewandelt. Neben der Erhebung von Steuern und Abgaben hat der Zoll noch viele andere wichtige Aufgaben – seine Arbeit ist heute wichtiger denn je.

Steuer – und Abgabengerechtigkeit

"Vor dem Gesetz sind alle gleich" – der Zoll trägt mit seiner Arbeit dazu bei, dass Steuern und Abgaben korrekt erhoben und von allen gleichmäßig gezahlt werden. Der Prüfungsdienst des Zolls stellt sicher, dass die Zoll- und Verbrauchsteuervorschriften eingehalten und die Waren ordnungsgemäß kaufmännisch erfasst worden sind. Um dem ständig zunehmenden Warenfluss gerecht zu werden, hat der Zoll die erforderlichen Kontrollen in die Wirtschaftsbetriebe verlagert.

Die Experten des Zolls sind aber nicht nur Prüfer, sondern zugleich auch sachverständige Helfer für die Unternehmen. Sie geben den Unternehmen im Rahmen des rechtlich Möglichen Hinweise, wo Schwachstellen bei der Im- oder Exportabwicklung liegen oder Kommunikationsketten unterbrochen sind, wie Zollverfahren vereinfacht, beschleunigt und damit kostengünstiger als bisher gestaltet werden können.

Schwarzarbeitsbekämpfung

Kein Unternehmen, das seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ordnungsgemäß beschäftigt, kann mit Schwarzarbeitern konkurrieren. Mit seinem Einsatz gegen die Schwarzarbeit trägt der Zoll zur gerechten und korrekten Abführung der Abgaben, wie zum Beispiel den Sozialversicherungsbeiträgen, bei. Schwarzarbeiter und ihre Auftraggeber schädigen alle: Sie betrügen die Sozialversicherung, hinterziehen Steuern und gefährden Arbeitsplätze.

Die Bekämpfung der Schwarzarbeit hat viele Facetten: Es gibt den Arbeitgeber, der seine Arbeiter nicht zur Sozialversicherung anmeldet, die Arbeitnehmerin, die ohne Steuerkarte arbeitet, den Ausländer, der ohne Aufenthalts- und Arbeitsgenehmigung arbeitet, den Arbeitsverleiher, der ohne Erlaubnis Arbeitskräfte illegal verleiht, die Arbeitslose, die Bezüge bezieht und nebenbei arbeitet und vieles andere mehr. Sie alle haben jedoch eines gemeinsam: Ihr Tun vernichtet dauerhaft legale Arbeitsplätze und erhöht damit die Arbeitslosigkeit, bringt den Staat um Steuern und die Sozialversicherungen um Beiträge. Das verursacht Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten legal arbeitender Unternehmen und Arbeitnehmer, erhöht die Abgabenlast für die Solidargemeinschaft und trägt zur Ausbeutung illegal Beschäftigter bei. Dagegen ist der Zoll tagtäglich mit bundesweit rund 6.500 Beschäftigten im Einsatz [2].

Verbraucherschutz

Zollkontrollen schützen den Verbraucher.

Der Zoll hält Transporte mit gefährlichen Waren – wie zum Beispiel verseuchte oder verunreinigte Lebensmittel, gefährliches Spielzeug, nicht geprüfte, lebensgefährliche Feuerwerkskörper – an und übergibt sie der jeweiligen Fachbehörde zur Prüfung. Stellt sich dabei heraus, dass die Waren für den Verbraucher eine Gefahr darstellen, werden sie beschlagnahmt und vernichtet.

Einsatz gegen Schmuggel und Kriminalität

Im Einsatz gegen Schmuggel und Kriminalität trägt der Zoll mit seiner Arbeit dazu bei, die Sicherheit der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland und Europa zu garantieren.

Der Zoll hat tagtäglich ein wachsames Auge auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften. Er bietet Schutz vor den Folgen krimineller Handlungen. Dabei ist er bestrebt, kriminelle Organisationen aufzudecken und unschädlich zu machen.

Ziel der Arbeit ist es stets, die Drahtzieher im Hintergrund aufzuspüren und illegal erlangte Vermögenswerte sicherzustellen. Dies gelingt über eine enge internationale Zusammenarbeit der Ermittlungsbehörden und den Einsatz moderner Technik. Mobile Kontrolleinheiten im Innland, die Beschäftigten an der Grenze zur Schweiz sowie an Flug- und Seehäfen sowie der Zollfahndungsdienst sind im ganzen Bundesgebiet rund um die Uhr im Einsatz, um kriminelle Aktivitäten aufzudecken.

Terrorismusbekämpfung

Der Zoll wirkt auch bei der Terrorismusbekämpfung mit. Dabei liegt sein Hauptaugenmerk auf Geschäften mit gefährlichen Gütern wie Waffen, explosionsgefährlichen Waren, biologischen und chemischen Stoffen, radioaktiven Substanzen und logistischem Material zur Durchführung von Anschlägen. Um Terrororganisationen den finanziellen Nachschub für ihre Aktionen abzuschneiden, ist der Zoll auch an der Überwachung des Kapital- und Zahlungsverkehrs beteiligt.

Der Zoll wird der zunehmenden Globalisierung und der veränderten internationalen Sicherheitslage mit einem modernen und effektiven Risikomanagement gerecht.

Ein wesentliches Element der Sicherheitsinitiative der Europäischen Union ist die Einführung des Status des Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten zum 1. Januar 2008. Der Zugelassene Wirtschaftsbeteiligte gilt als besonders zuverlässig und vertrauenswürdig und kann dafür besondere Vergünstigungen im Rahmen der Zollabfertigung in Anspruch nehmen. Ziel ist die Absicherung der durchgängigen internationalen Lieferkette vom Hersteller einer Ware bis zum Endverbraucher.

Außenwirtschaftsüberwachung

Auch wenn der grenzüberschreitende Verkehr mit Waren und Dienstleistungen sowie der Kapital- und Zahlungsverkehr grundsätzlich frei sind, entscheiden nationale und internationale Regelungen der Außenwirtschaftsüberwachung, ob eine Ware ein-, aus- oder durchgeführt werden darf.

Auch in Zeiten der weitgehenden Liberalisierung des Außenwirtschaftsverkehrs sind, zum Beispiel aus handelspolitischen Gründen oder zur Wahrung von Sicherheitsinteressen, Einschränkungen im Warenverkehr erforderlich. Manche Waren dürfen nicht ein- oder ausgeführt werden, andere nur mit besonderer Genehmigung oder nur im Rahmen bestimmter Mengenbegrenzungen. Bei der Ausfuhr gibt es Verbote oder Genehmigungspflichten, die beispielsweise verhindern sollen, dass Kriegswaffen in Krisengebiete geliefert werden.

Der Zoll überwacht die Einhaltung der Beschränkungen des Außenwirtschaftsverkehrs. Im Wesentlichen bezieht sich die Überwachung auf den Warenverkehr, zum Beispiel zur Verhinderung der Weiterverbreitung von Massenvernichtungswaffen und ihrer Trägersysteme. Aber auch in den Bereichen Dienstleistungs-, Kapital- und Zahlungsverkehr ist der Zoll zuständig für die Verfolgung und Ahndung von außenwirtschaftsrechtlichen Ordnungswidrigkeiten.

Artenschutz

Viele Tiere und Pflanzenarten sind in ihrem Bestand gefährdet oder sogar vom Aussterben bedroht. Täglich sterben weltweit 150 Tier- und Pflanzenarten aus. Mit jeder ausgestorbenen Art wird unsere Welt ärmer

an Genen, Farben, Formen und Geräuschen. Der Raubbau an der Natur, aber auch Profitgier sind die Hauptgründe für das Artensterben. Der internationale Handel mit geschützten Tieren und Pflanzen hat sich zu einem lukrativen Geschäft entwickelt. Heute sind weltweit mehr als 8.000 Tier- und 40.000 Pflanzenarten und die daraus gewonnenen Erzeugnisse geschützt.

Der Zoll trägt mit seinen Kontrollen dazu bei, Verstöße gegen die Artenschutzbestimmungen aufzudecken und die Vielfalt der Natur zu bewahren. Die meisten Verstöße werden von Urlaubern begangen, die Präparate oder Teile geschützter Tier- und Pflanzenarten aus Unwissenheit oder fehlendem Unrechtsbewusstsein als Souvenirs mit nach Hause bringen. Sie tragen - wissentlich oder unwissentlich – dazu bei, dass der Handel mit geschützten Arten blüht und leisten damit dem Aussterben von Tieren und Pflanzen Vorschub [1].

Quellenverzeichnis

1. http://www.zoll.de/DE/Der-Zoll/Aufgaben/aufgaben_node.html
2. <http://web2.cylex.de/firma-home/zollamt-west-1167690.html>

STRUKTUR UND AUFGABEN DES DEUTSCHEN ZOLLS

Otschirova A.K., Studentin

Nationale polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

Die Bundeszollverwaltung ist als deutsche Zollbehörde Bestandteil der Bundesfinanzverwaltung und dem Bundesfinanzministerium unterstellt. Sie umfasst sowohl die Vollzugsdienste als auch die fiskalische Verwaltung. Die Aufgaben des Zoll sind, die Bundessteuern zu verwalten, Geldforderungen des Bundes und bundesunmittelbarer Körperschaften zu vollstrecken, die Einhaltung der Verbote und Beschränkungen im grenzüberschreitenden Warenverkehr zu überwachen (Grenzaufsicht durch Zollkontrollen an Zollgrenzen), sowie Schwarzarbeit zu verhindern.

Die deutsche Bundeszollverwaltung stellt als Teil der Bundesfinanzverwaltung die Einnahmen von Bundessteuern sicher (die sog. besonderen Verbrauchsteuern – Branntweinsteuer, Stromsteuer, Tabaksteuer, Energiesteuer usw., inklusive der Biersteuer, deren Einnahmen den Ländern zusteht), die Luftverkehrsteuer, die Kernbrennstoffsteuer sowie Einnahmen der Europäischen Union. Ob in der Zukunft die Kraftfahrzeugsteuer durch den Bund (und daher durch den Zoll) eingenommen und verwaltet werden soll, ist zwar noch offen, aber nicht unwahrscheinlich [2].

Der Zoll ist für die Überwachung sämtlicher Einfuhren, Durchfuhren und Ausfuhren zuständig und überwacht die Einhaltung des Washingtoner Artenschutzübereinkommens. Zu seinen Kernbereichen zählt die Verhinderung verbotener Im- und Exporte von Waffen, Drogen und anderen gesundheitsschädlichen Substanzen sowie von sonstigen verbotenen Gegenständen.

Zu den Aufgaben der Vollzugsbereiche der Zollverwaltung gehören die zollrechtliche Überwachung des Warenverkehrs in, durch und aus der EU, grenzpolizeiliche Aufgaben (Grenzaufsicht), allgemeinpolizeiliche Aufgaben im Straßenverkehr, Schutz des deutschen Festlandssockels in Nord- und Ostsee (d. h. die Überwachung von unterseeischen Bergbau- und Schürfrechten) sowie die Bekämpfung von Schwarzarbeit und Geldwäsche. Die Kontrolleinheit See bildet zusammen mit anderen Behörden die Küstenwache. Die Vollzugsbereiche der Zollverwaltung arbeiten in vielen Bereichen eng mit den Polizeien der Länder und der Bundespolizei zusammen. Sie sind Strafverfolgungsbehörden und werden auch zur Terrorbekämpfung eingesetzt.

Im Vollzugsbereich sind:

- den Bundesfinanzdirektionen nachgeordnet: die Kontroll – und Ermittlungseinheiten
- dem Zollkriminalamt (Zollfahndungsdienst) nachgeordnet: die Zollfahndungsämter;

die Observationseinheiten Zoll, die Spezialeinheit Zentrale Unterstützungsgruppe Zoll.

Eine enge Zusammenarbeit mit anderen Behörden und Verwaltungen gibt es insbesondere bei den gemeinsamen Ermittlungsgruppen

- Gemeinsame Ermittlungsgruppen Arbeit (GEA)
- Gemeinsame Finanzermittlungsgruppen (GFG)
- Gemeinsame Ermittlungsgruppen Rauschgift (GER)

sowie in der Küstenwache [1].

- Küstenwache des Bundes.

Die Vollzugsbereiche der Bundeszollverwaltung werden aufgrund ihrer klassischen Filterfunktion und ihren polizeilichen Aufgaben oftmals mit der Bundespolizei verwechselt oder dieser gedanklich zugeordnet (auch andersherum) und auch stets in die Richtung der Polizei gerückt.

Hierzu lässt sich sagen: Viele Vollzugsbereiche des Zolls haben ähnliche Kompetenzen wie bestimmte Bereiche der Landes- oder Bundespolizei, sie nehmen eine Vielzahl von polizeilichen und strafverfolgenden Vollzugsaufgaben wahr. Beispielsweise kann man die Zollfahndung als „Kriminalpolizei des Zolls“ bezeichnen. Die fiskalischen Verwaltungsbereiche der Zollverwaltung, die als Einnahmeverwaltung fungieren, kann man als „Finanzamt des Bundes“ vereinfachend darstellen, da sie die Steuereinnahmen des Bundes (Zölle und Verbrauchsteuern) sicherstellen.

Zollbeamte sind formell-rechtlich als Angehörige der Bundesfinanzverwaltung Finanzbeamte. Die Vollzugsbeamten haben allerdings materiell-rechtlich bei der Verfolgung von Steuerstraftaten und Steuerordnungswidrigkeiten, sowie bei der Verfolgung von Straftaten im Zusammenhang mit der Bekämpfung der illegalen Beschäftigung (z. B. Betrug, illegaler Aufenthalt von Ausländern) den Status von Polizeivollzugsbeamten. Zollbeamte aus den Vollzugsbereichen (innerhalb der Abteilung Finanzkontrolle Schwarzarbeit auch die Verwaltungsangestellten) sind darüber hinaus Ermittlungspersonen der Staatsanwaltschaft. Bei sogenannten reinen Steuerstraftaten (z. B. Steuerhinterziehung bei Zigarettenschmuggel) hat das Hauptzollamt darüber hinaus die Rechtsstellung der Staatsanwaltschaft.

Die deutsche Zollverwaltung ist dreistufig organisiert:

Oberste Verwaltungsstufe

Oberste Bundesbehörde ist das Bundesministerium der Finanzen (BMF). Innerhalb des Bundesministeriums der Finanzen ist die Abteilung III für alle fachlichen, organisatorischen und personellen Angelegenheiten der Zollverwaltung zuständig.

Mittlere Verwaltungsstufe

Bundemittelbehörden sind die Bundesfinanzdirektionen und das Zollkriminalamt. Die fünf Bundesfinanzdirektionen koordinieren und beaufsichtigen die Tätigkeit der nachgeordneten örtlichen Zollbehörden einerseits und sind andererseits bundesweit für einzelne Fachpakete zuständig.

Örtliche Verwaltungsstufe

Die örtlichen Behörden sind die Hauptzollämter mit ihren Sachgebieten. Sie sind für die Durchführung der Zollaufgaben zuständig. Die Finanzkontrolle Schwarzarbeit ist zum Beispiel bei den Hauptzollämtern angesiedelt [3].

Quellenverzeichnis

1. Auskünfte – URL: http://www.zoll.de/DE/Service/Auskuenfte/auskuenfte_node.html
2. Deutsche Zoll – und Finanzgewerkschaft – URL: <http://www.bdz.eu/>
3. Zoll – URL: <http://www.bundesfinanzministerium.de/Web/DE/Themen/Zoll/zoll.html>

СЕКЦИЯ 5

«УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»

ПРОТЕСТАНТИЗМ КАК РЕЛИГИОЗНЫЙ МОТИВАТОР ПЕРСОНАЛА

Аристов П.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В современном мире существует необычайно большое количество возможностей занятости человека на какой-либо работе. В рамках любой из профессий найдется достаточное множество узких специализаций и вариаций выполнения работы с той или иной спецификой. Если специалисту по управлению персоналом раньше приходилось играть несколько ролей одновременно, к примеру; массовика затейника, документоведа, специалиста по подбору кадров, специалиста по сокращению штата, либо выведению сотрудников за штат, то теперь этими делами может заниматься каждый человек в отдельности со знанием процесса и с подтверждающим эту квалификацию аттестатом высшего учебного заведения. В связи с расширением спектра рабочих специальностей расширились и области знания о мотивации персонала, так как все новые рабочие профессии требовали к себе нового мотивационного подхода, а работники более совершенного поощрительного механизма. Именно поэтому 20 век можно назвать «золотым временем» для расцвета различных теорий мотивации, начиная от научной теории организации труда Ф. Тейлора, до двухфакторной теории Ф. Герцберга и теории ожидания В. Врума [1].

Проблема мотивации персонала в организации очень актуальна в наше время, во-первых, из-за широкого выбора профессий, а во-вторых, из-за нехватки ресурсов организаций в сфере управления персоналом. Зачастую руководители компаний не отягощают себя вопросами комфорта своих сотрудников, на это у него может просто не быть времени. Такие руководители гонятся за прибылью, не пытаясь оптимизировать производство, действуя экстенсивным путем развития организации, не замечая при этом текучку кадров, снижение качества работы, и не воспринимая своих работников как возможность улучшить свое благосостояние. Есть и другая категория руководителей, которая напротив, занимается поощрением и мотивацией работников к труду, но у которых это выходит не рационально, которые больше тратят средств на заинтересованность работника в труде, чем получают отдачи от него. Это скорее можно отнести к незнанию теории мотиваций персонала, либо к неправильно определенной валентности ценностей для работника, которые руководитель ставит ему в награду. Сам момент того, что руководитель начинает задумываться над стимулированием персонала уже большой шаг вперед в управлении человеческими ресурсами в организации, но делать это не рационально или не зная основ мотивации, так же нецелесообразно, как и не мотивировать сотрудников вообще. Ни одна из существующих организаций не имеет не иссякаемого источника денежных ресурсов, в какой-то момент они обязательно заканчиваются. Тратить огромное количество времени, денег, эмоциональных ресурсов на достойное поощрение сотрудников, руководителям компаний нет большого смысла. Из этого вытекает вопрос, так каким же образом можно мотивировать персонал, не затрачивая при этом больших ресурсов?

Ответом на вопрос может стать обращения взора управленца на религиозные верования персонала, а именно на такое течение в христианстве, как протестантизм. Протестантизм зародился, а точнее отделился от католической церкви в 16 веке в результате так называемого «шпейерского протеста». Нам не приходится говорить об однородности этого религиозного направления, так, как протестантизм включает в себя множество разных протестантских течений. Их можно разделить на 4 группы (Церкви Реформации, Постреформационные движения, Великое пробуждение, Христианский реставрационизм), в каждую из групп также в свою очередь входят по несколько церквей. Хотя все эти религиозные течения имеют разные названия, все же в них есть много общего, что позволяет объединить их в протестантскую веру [2].

Стоит обозначить некоторые особенности протестантизма по сравнению с остальными направлениями в христианстве, для того что бы понять в чем их различия и обозначить ключевые моменты по которым можно увидеть то, что протестантизм может выступать, как мотиватор персонала в организации.

В протестантизме спастись и очиститься от грехов можно лишь с помощью веры в Иисуса Христа, но по писаниям на которые ориентируются протестанты говорится: «вера без дел, мертва» (Библия, послание Иакова, 2:20) [3], из чего следует, что в основе искупления греха лежит труд грешника. Протестантизм проповедует и культивирует труд, как богоугодное дело. При этом классический (ранний протестантизм), настаивает именно на специализации, пропагандирует разделение труда. Протестанты не уделяют большого внимания церковной иерархии (пастор выбирается из числа прихожан), церковным

обрядом (у протестантов всего 2 таинства), церковному убранству. Так же протестантизм негативно относиться к раннему крещению детей, и чрезмерно шикарному образу жизни [4].

Обозначенные выше особенности протестантизма в соотношении с другими течениями в христианской вере, помогут управленцу создать прочный мотивационный механизм для стимулирования сотрудников. HR-специалист может грамотно организовать несколько трудовых моментов не требующих особых материальных затрат, но представляющих ценность для верующего протестанта, побуждая его к еще более усердной работе.

1. Для организации протестантской церкви не требуется специально оборудованного здания, обычно они обосновываются в съемных помещениях. Менеджер, имея в распоряжении просторное офисное здание, может с легкостью организовать небольшой приход в одном из свободных офисов. Протестантская церковь не требует шикарного убранства, и особого церемониала, чем собственно говоря и противопоставляет себя католической церкви и облегчает подход в ее организации для менеджера.

2. Протестантизм не одобряет крещение детей в раннем возрасте, полагая, что от этого вера для человека не станет добровольным, а будет являться навязанным явлением. Можно полагать, что люди крещенные по протестантским обычаям, будут в будущем им и привержены, так как вступили на путь этот в достаточно осознанном возрасте, понимая все особенности протестантской церкви по отношению к другим [5]. Следовательно и расположенность к труду во имя спасения. Так же будет принят на веру как и остальные догматы церкви. Упорядочить труд протестантов легче, чем кого-либо другого. К тому же протестанты сами заинтересованы в разделении труда, и пренебрегают работой не связанной с их компетенцией. HR-специалист может добиться появления высококвалифицированных специалистов в организации избегая при этом внутренних конфликтов, в том числе на профессиональной почве, и стимулируя естественную здоровую конкуренцию.

3. Труд у протестантов ассоциируется с богоугодным делом, трудясь человек, замаливает свои грехи. Некачественная работа у протестанта обозначает недобросовестное отношение к вере, и к самому себе. Брак считается недопустимой категорией в работе. На этой особенности менеджер может сыграть, манипулируя общественным порицанием в сторону сотрудника, либо с помощью морального давления на религиозные принципы трудящегося.

4. В протестантском вероучении сказано, что святость 7-го дня неприкосновенна, и этот день может отводиться только лишь под отдых. Своевременная оплата труда, так же является неотъемлемой частью протестантской этики. Следуя этим принципам, менеджер заслужит доверительное и уважительное положение в протестантском коллективе.

5. Так же HR-специалист может организовать сверхурочную работу протестантов, играя на их религиозных чувствах.

6. Существует возможность экономии на обустройстве офиса для протестантов, так как протестантская вера проповедует аскетичный образ жизни, довольствуясь лишь необходимым и запрещая излишнее транжирство.

Область применения протестантизма, как мотиватора персонала можно представить в России, в областях, где приверженцев этой религии более всего. Менеджер по управлению персоналом в таких регионах может организовать труд сотрудников намного эффективнее, если в качестве мотиватора выберет приверженность вероисповеданию своих подчиненных. Другими возможными местами организации труда протестантов может быть:

1. Региональное отделение фирмы в России, чья штаб-квартира находится в протестантской стране.

2. Управление группой людей присланных к менеджеру из головного офиса компании, который находится в протестантской стране.

3. Организация труда протестантской коммуны.

4. Управление кадрами, стоящими в организации на разных постах, но имеющих одну веру (протестантизм).

5. Работа с персоналом за границей, в протестантских странах.

6. Организация труда протестантов находящихся в местах лишения свободы.

Пропаганда ценностей протестантизма в верующем коллективе может оказать огромное влияние на эффективность труда рабочих. Религия, как мотиватор мало рассмотрен в рамках теорий мотиваций персонала, что открывает новые горизонты для теоретиков менеджмента и широкое поле опытов для управленцев человеческими ресурсами. Организация труда на основе веры, перспективный виток развития управленческо-мотивационной деятельности в будущем.

Список использованных источников и литературы

1. Ильин И.А. Статьи. Лекции. Выступления. Рецензии (1906–1954) // Собр. соч. – М., 2001. – С. 53
2. Религиоведение: Учебное пособие и учебный словарь-минимум по религиоведению (Под редакцией профессора И.Н.Яблокова) – М.: Гардарики, 1998.
3. С.И. Самыгин, В.И. Нечипуренко, И.Н. Полонская. Религиоведение: социология и психология религии. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 1996.

4. Шлейермахер Д.Ф. Речи о религии к образованным людям, ее презирающим: Монологи. – М., 1911.
5. Абдеев Р.Ф. Философия религиозной цивилизации. – М.: ВЛАДОС, 1994. – 336 с.

«УТЕЧКА УМОВ» – РАЗНОВИДНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ МИГРАЦИИ

Беликова А.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В век информационных технологии российской экономике, как и экономике любой другой страны мира, необходим, прежде всего, интеллектуальный потенциал. А именно: потенциал людей не только способных мыслить иначе, по-новому, но и имеющих качественное высшее образование. Одна из характерных черт современной межгосударственной миграции – вовлечение в миграционный оборот кадрового потенциала науки. Данное явление получило название «утечка умов (мозгов)» («Brain Drain»).

«Утечка мозгов» – это процесс, при котором из страны или региона эмигрируют ученые, специалисты и квалифицированные рабочие по экономическим, реже политическим, религиозным или иным причинам. Энциклопедия «Britannica» определяет этот термин как «миграцию образованных или профессиональных кадров из одной страны, сектора экономики или области в другую, обычно для получения лучшей оплаты или условий жизни». Предметом данной статьи является исследование процесса «утечки умов» из России за последние 20 лет.

Выражение «утечка мозгов» появилось в начале 1950-х годов – подобным образом в Великобритании описали процесс массового переезда английских ученых в США.

Что касается России, то принято считать, что начало массовой миграции приходится на 90-е годы прошлого века после распада СССР, когда экономическая ситуация стране резко ухудшилась. Закрывались за неимением денег многие НИИ, даже Академия наук РФ испытывала трудности с финансированием серьезных научных проектов. Согласно только официальной статистике Министерства образования РФ, за период с 1989 по 2004 годы из России уехало порядка 25 тыс. ученых, а 30 тыс. работают за рубежом по временным контрактам [1].

Количество квалифицированных специалистов, покинувших РФ за последние 20 лет, с абсолютной точностью назвать невозможно. Но, по оценке бывшего министра науки и технической политики РФ Бориса Салтыкова, за границей работают от 25 до 35 тыс. учёных, эмигрировавших из России. Но есть немало ученых, которые формально числятся за теми или иными отечественными институтами, но по факту постоянно работают за границей [2]. Существуют и абсолютно другие мнения. Многие западные эксперты, а также кандидат философских наук Владимир Лисичкин, занимающийся проблемой «утечки мозгов» и опубликовавший на эту тему немало научных работ, утверждают, что «эмигрировали свыше полутора миллионов докторов и кандидатов наук» [2].

Согласно статистическим данным, опубликованных на одном из сайтов, рейтинг самых востребованных специалистов возглавляют физики, за ними следуют биологи и математики. Нужно отметить, что половина высококвалифицированных математиков Москвы (около 150) работают за рубежом. Всего на естественные науки приходится около 77% покинувших страну [3]. Ученым, специализирующимся на другом профиле, найти «выездную» работу несколько сложнее, особенно специалистам в области медицины, сельского хозяйства и гуманитариям [4].

В научной миграции участвуют в большей степени представители мужского пола, женщин же всего четверть, преимущественно молодого возраста (до 40 лет).

Жанна Зайончковская, директор Центра миграционных исследований и заведующая лабораторией миграций населения в Институте народно-хозяйственного программирования Российской академии наук, в своей статье «Трудовая эмиграция российских ученых» выделяет три города, из которых наблюдается большее количество научных мигрантов. Это Москва, Санкт-Петербург и Новосибирск. 24,2 % от всего числа научных мигрантов – москвичи, 19,7% – жители Санкт-Петербурга и 14,4 – ученые из Новосибирска. Одной из причин этого является, конечно же, наличие развивающейся научной базы в данных городах. Как говорит сама автор статьи о другой причине: «международные контакты для большинства ученых стали доступными сравнительно недавно, а также принимая во внимание не слишком высокий уровень развития региональной науки» [5].

Основные регионы мира, куда устремляются на работу российские ученые, – Западная Европа (42,4 %) и Северная Америка (30,4 %). Заметны потоки в азиатские и скандинавские страны. В Восточную Европу выехало столько же ученых, сколько в Африку, а число выехавших в постсоветские страны лишь немногим больше, чем в Южную и Центральную Америку [6]. Что касается конкретных стран, то, по данным Ж. Зайончковской, наиболее «гостеприимной» страной оказались США – они приняли 840 российских исследователей, за ней следует Германия (556 человек). Нельзя не упомянуть и такие страны как Франция – 191 человек, Великобритания – 135 человек, Япония – 125 человек, Швеция 95 человек, Индия - 69 человек [6].

Какие же причины заставляют российских ученых уезжать и страны? Главной причиной является недостаточное финансирование науки. Оно негативно сказывается на материально-техническом

обеспечении научно-исследовательского процесса, уровне его научно-информационного обеспечения. Названная причина иллюстрируется статистикой. К примеру, бюджет РАН РФ со всеми его двумястами научно-исследовательскими институтами и центрами, архивами и библиотеками составляет 1 млрд. долл. в год. А 1 млрд. в год – это бюджет хорошего американского университета, и таких университетов в США – более сотни [7].

Еще один мотив выезда российских ученых за границу – низкая оплата труда. Средняя зарплата ученых в США составляет в настоящее время 52 тысячи долларов в год. Таким образом, если зарплата российского ученого в 60 раз ниже (согласно данным международных исследователей), то она оказывается немногим более 860 долларов в год. Стипендия же аспиранта в институтах Академии наук равна 1500 рублей [8].

В ряду «выталкивающих факторов» находятся и политические: неверие в возможность демократизации, политическая нестабильность и т.п.

«Утечка умов» из России уже снизила и продолжает снижать количественный и качественный уровни научного потенциала страны. В декабре 2010 года НАИРИТ опубликовал результаты опроса, проведенного среди молодых российских ученых: 63 % хотели бы заниматься научной деятельностью за границей и только 26 % – в России. Остальные 11 % опрошенных затруднились ответить [9].

Однако стоит заметить, что, несмотря на преобладание последствий, носящих негативный характер для страны в целом, имеются и некоторые положительные. К ним можно отнести то, что для страны, из которой происходит отток ученых, наблюдается некоторый приток денежной со стороны выехавших научных работников. Кроме того, данное явление носит положительный характер для мировой научной сферы. При предоставлении должного оборудования специалисту, создаются условия для общемирового научного прогресса. Таким образом, на мой взгляд, справедливо утверждение, что процесс «утечки умов» на данном этапе развития общества стал важным инструментом общемирового научно – технического прогресса.

По мнению некоторых ученых, проблема «утечки умов» из России пока не носит катастрофического характера. В последнее время наблюдается даже тенденция к количественному сокращению интеллектуальной эмиграции. Тем не менее, острота проблемы продолжает сохраняться. Она требует разработки комплексной программы борьбы с «утечкой умов». Способов этой борьбы много. Но, по моему мнению, главное – это увеличение финансирования науки, без чего невозможны материальная стабильность научных специалистов, обновление материально-технической базы науки, в конечном счёте – повышение статуса учёного. Кое-какие шаги в этом направлении уже сделаны (например, в пять раз повышена заработная плата сотрудников РАН), но они – только начало изменений в этой области, и хотелось бы верить, что российские власти проявят должную твёрдость и последовательность в решении данной проблемы.

Список использованных источников и литературы

1. Ушкалов И.Г., И.А. Малаха «Утечка мозгов» – масштабы, причины, последствия. – М.: Либроком, 1999.
2. Горева Р. Мозги выносятся! – URL: http://versia.ru/articles/2009/dec/21/vozvrashchenie_uchenih-emigrantov (12.03.2013)
3. Германов. Возвращенцы – URL: <http://www.rodgaz.ru/index.php?action=Articles&dirid=16&tek=23378&issue=328> (18.03.2013)
4. Юрьев С. Обратный отсчет – URL: <http://www.ruscourier.ru/archive/2760> (17.03.2013)
5. Зайончковская Ж.А. Трудовая эмиграция российских ученых – URL: <http://migrocenter.ru/science/science06.php>
6. Российский статистический ежегодник. – М.: Госкомстат России, 2002.
7. Захаров В. Что и как нужно спасать российской науке – URL: http://www.ng.ru/science/2010-01-13/12_ran.html
8. Дежина И. «Утечка умов» из России: мифы и реальность – URL: <http://www.antropotok.archipelag.ru/text/ad25.htm>
9. Губерман И. Угроза утечки мозгов достигла критического уровня – URL: <http://www.livejournal.ru/themes/id/23512>

ПРОБЛЕМА ИНОСТРАННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РОССИИ

Ботова А.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современный мир – мир динамики и скорости. Для того, чтобы в нем выжить, человеку нужно постоянно приобретать новые знания, навыки и умения. Кроме того, мало ими обладать, ими нужно уметь грамотно пользоваться для того, чтобы они принесли наибольшую пользу и выгоду их владельцу. Также необходимо найти такое место и время применения своих знаний, которое в максимальной мере удовлетворяло необходимым потребностям человека.

Никто не может запретить человеку выбрать либо поменять место работы. Люди могут отправиться «за тридевять земель» с целью найти достойное место работы с соответствующим заработком.

Трудовая миграция, как явление, существует более тысячи лет. Она постоянно менялась, так как менялся общественный строй и, следовательно, менялось мировоззрение людей. Процесс трудовой миграции всегда нуждается в управлении и контроле. На данный момент это – полностью сформировавшийся процесс, который занимает важное место в жизни практически каждой страны.

Проблема трудовой миграции всегда была актуальной. Для России, в последние годы, стала еще более актуальной. Многие люди имеют возможность въезда на территорию иностранных государств практически без препятствий. В большинстве случаев люди выезжают на территорию другой страны с целью найти временную или более высокооплачиваемую работу. Огромное количество людей оставили родные места и переселились в другие страны в поисках материального достатка, достойной работы, а также получения качественного образования.

Актуальность данной темы, заключается в том, что Российская Федерация превратилась в центр притяжения трудовых мигрантов из менее благополучных стран ближнего и дальнего зарубежья. По данным ФМС в 2010 году на территории Российской Федерации было выявлено около 230 тысяч нелегально проживающих иностранцев, 14 процентов из которых были отправлены на родину. Немного успокаивает то, что более 50 процентов иностранных рабочих в России – украинцы, то есть люди единой культурно-этнической идентичности с русскими. Далее в количественном отношении идут граждане Узбекистана, Таджикистана и Киргизстана. Еще, проблема заключается в том, что в России существует немало ниш, где, несмотря на безработицу, годами остаются незакрытые вакансии. Россиян туда не затанешь за предлагаемые средства, а живущие в хижинах мигранты готовы трудиться за хлеб и воду.

Во многих регионах Российской Федерации, мы можем наблюдать рост количества трудовых мигрантов. В основном, это такие отрасли экономики, как: строительство, автотранспорт, обрабатывающее производство и т.д. По данным ФМС, в Москве, в 2007 году было выдано в 11,1 раз больше разрешений на работу в сфере строительства, в 2,3 раза – в области снабжения транспортных услуг, в 4,1 раза – в секторе ЖКХ, в 2,6 раз – в сфере торговли, чем за тот же период прошлого года.

Иностранцев нанимают более чем по 2,6 тыс. наименований профессий и должностей. Самые востребованные из них подсобные рабочие, каменщики, опалубщики, штукатуры, плотники, маляры. Менее востребованы овощеводы и работники сельского хозяйства.

В таких регионах как Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Красноярский край, Свердловская, Иркутская, Новосибирская, Челябинская области отмечается активный экономический рост, освоение новых месторождений полезных ископаемых и развитие промышленного производства, что непосредственно требует привлечения дополнительных трудовых ресурсов, поэтому наибольшее количество иностранных работников востребовано именно здесь.

Трудовая миграция – процесс объективный, захватывает все сферы жизнедеятельности, и экономически обоснованный. Для мигрантов – это возможность заработка, попытка найти работу в другом регионе или другой стране, в случае, если у себя дома им негде применить свой труд. Для экономики государства или региона, принимающего мигрантов – это дополнительная возможность привлечения трудовых ресурсов при отсутствии их на местном рынке. Но, несмотря на этот положительный эффект, трудовая миграция также создает и множество проблем.

Нелегальное привлечение иностранцев (без оформления с ними трудовых отношений и без получения разрешений на работу) является основной проблемой международной трудовой миграции. Поэтому работа по созданию цивилизованного рынка иностранной рабочей силы в России сопровождается ужесточением мер по контролю за использованием труда мигрантов. Российские законодатели постарались урегулировать процесс получения разрешения на работу иностранными гражданами в деталях.

25 июля 2002 года вышел Федеральный закон № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» согласно которому, иностранные граждане, занимающиеся трудовой и предпринимательской деятельностью в России, должны получать разрешение на работу. В Постановлении Правительства Российской Федерации N 681 от 15 ноября 2006 года, был утвержден порядок установления Правил выдачи разрешительных документов для осуществления мигрантами временной трудовой деятельности в Российской Федерации. В соответствии данных правил организация, принимающая на работу иностранного сотрудника, должна сначала подать заявление на оформление разрешения на привлечение и использование иностранных работников в Федеральную миграционную службу или ее территориальный орган, после чего подать заявление на оформление разрешения на работу данного иностранного гражданина. В среднем процесс оформления занимает около 30 дней. Однако он может быть увеличен еще до 15 дней, в случае возникновения замечаний у миграционной службы или при необходимости проведения экспертизы документов.

К сожалению это не единственная проблема. Существуют различные злоупотребления со стороны работодателей. Они заключаются в том, что иностранным работникам не обеспечивают нормальные условия труда и не выплачивают им заработную плату в полном объеме. Например, часто имеют место такие ситуации, когда официально на непрестижную работу оформляется гражданин России, а реально

эту работу выполняет иностранец, который трудится нелегально. В результате, нелегал получает зарплату в меньшем размере, чем официально выплачивается предприятиям. На данной разнице наживаются должностные лица нанимающих предприятий.

Анализируя данные факты, можно сделать вывод, что существует объективная необходимость привлечения иностранных граждан как трудовых ресурсов на территории России. Но, во-первых, должны создаваться условия, для того, чтобы конкуренция на российском рынке труда не усугублялась за счет притока иностранных работников в сложных экономических условиях. Во-вторых, должна быть налажена система контроля за деятельностью трудовых мигрантов на территории России, и за деятельностью работодателей, их нанявших, во избежание злоупотреблений. Однако для этого необходимо усовершенствовать миграционное законодательство в целом, в котором должны быть четко закреплены основы государственного регулирования трудовой миграции. Важно знать, какой контингент иностранных работников необходим на данный момент экономике России и учетом проведенного мониторинга устанавливать квоту по категориям работников. Кроме того, в законе о трудовой миграции следует учесть особенности правового регулирования труда мигрантов, въезда в страну на законных основаниях и своевременного выезда, предусмотреть правовой механизм ограничения нелегальной трудовой миграции во избежание злоупотреблений со стороны работодателей их нанявших.

Список использованных источников и литературы

1. Вышегородцев М., Сиденко А. Плюсы и минусы трудовой миграции // Московская правда. – 2008. 31 мая. – С.7
2. Гуторин Д.Д. Миграционные процессы в г. Москве // Народонаселение. – 2007. – N 2. – С. 46
3. Костин Л. Миграция и мигранты // Человек и труд. – 2009. – №8. – С.61
4. Метелев С.Е. Международная трудовая миграция и нелегальная миграция в России. – М., 2006. – С. 175
5. Постановление «О порядке выдачи разрешительных документов для осуществления иностранными гражданами временной трудовой деятельности в Российской Федерации» от 15 ноября 2006 года № 681
6. Тюркин М. Как нанять иностранных граждан // Российская бизнес-газета. – 2008. – №10. – С.3
7. Тюрюканова Е. Трудовая миграция в России // Отечественные записки. – 2004. – №4. – С. 62.
8. Федеральный закон « О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» от 25 июля 2002 года № 115-ФЗ.

ПРОБЛЕМА КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Вахрушев И.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Актуальность проблем управления человеческими ресурсами очень высока, в связи с тем, что персонал – это главный ресурс, который является ключом в развитии организации. Рассматривая современные проблемы управления организациями, стоит отметить, что имеется большое множество различных недоработок в области управления, а так же большое число проблем затрагиваемых организацией и её развитием.

Зачастую большое количество руководителей считает главной задачей развития организации, обеспечение её квалифицированными кадрами. В связи с этим, руководители ошибочно считают, что чем больше квалифицированы работники у них в организации, тем быстрее и успешнее она будет развиваться. Компетенция сотрудника часто дорого стоит руководителю организации и не всегда до конца оправдана. Квалификация подчиненного должна развиваться одновременно с развитием организации в четко заданном режиме. Руководство компаний забывает об этом и старается поднять низкий уровень развития организации за счёт большого количества высококвалифицированных кадров, чем изначально затрудняет развитие компании. Естественно в процессе погони за кадрами и повышения квалификации имеющегося персонала не всегда учитываются факторы сопутствующие содержанию такого персонала. Ведь прежде чем поднимать квалификацию сотрудника нужно понимать, сможет ли бюджет организации содержать такого сотрудника, хватит ли такому сотруднику работы соответствующей его квалификации. Стоит отметить, что не занятые сотрудники могут порождать хаос в компании, ведь не занятый умный человек, невольно начинает думать, тем самым заставляя задумываться сотрудников вокруг себя. Задумываться о целесообразности нахождения в этой организации, в достаточности оплаты и сопутствующих условиях труда. Поэтому стоит заранее заботиться о соответствии целей сотрудников с соответствием целей организации.

Однако бывает и другая ситуация, когда бюджет компании и все сопутствующие условия позволяют повышать квалификацию сотрудника, но возникает ситуация при которой масштаб организации не позволяет продвигать сотрудника выше. Такое может случиться вследствие отсутствия должности, на которую можно было бы повысить сотрудника, либо обратная ситуация, при которой ушедшего на повышение сотрудника нечем заменить. Руководитель должен заранее иметь структурные

планы по увеличению организации, а также иметь возможность реализации понижения квалификации неэффективных сотрудников. Своевременно готовить новый персонал на нижестоящие должности, сохраняя структуру карьерного роста в организации. Возвращаясь к финансированию труда квалифицированного сотрудника, стоит отметить, что не каждый сотрудник способен просить повышения оклада труда. Часть сотрудников, квалификация которых была повышена, не готовы вести конструктивный диалог с руководителем по поводу повышения оклада. В таких случаях у организации возникает риск потери сотрудника со всеми сопутствующими проблемами.

Возможными вариантами решения поставленной проблемы, могут быть как модернизация организации в целом, так и ужесточение контроля квалификации. Модернизация предприятия может быть актуальна в условиях российской современности, так как часть из них до сих пор имеет устаревшее оборудование или же управленческую систему в целом. Когда профессиональные специалисты, обученные работать в современных условиях, попадают в подобную компанию, их навыки могут оказаться невостребованными. Модернизация таких предприятий может решить эту проблему и упростить процесс адаптации новых специалистов. Во-вторых, решением проблемы является рациональное использования возможности повышения квалификации для сотрудников, которым требуется данное повышение, а также рациональное использования капитала организации для соответствующего материального стимулирования сотрудников, соответствующих квалификации и выполняющих полный объём работ, поставленный руководителем. Ужесточение контроля квалификации подразумевает тщательную проверку соответствия требуемой и фактической профессиональной подготовки сотрудников организации. Не стоит забывать о методах оценки квалификации персонала, не менее важная задача руководителя – правильно определить уже имеющуюся квалификацию сотрудника. В помощь руководителям могут служить различного уровня методы оценки уровня квалификации, предлагаемые специалистами-инструкторами в этой области. Достоверным источником уровня оценки квалификации должен служить лицензированный метод, который удовлетворяет критериями надежности, содержательности и доверия персонала. Стоит отметить, что в основе практически всех методов лежит внутренний анализ компетенции сотрудников: их умений, профессиональных навыков, личностных качеств и характеристик. Выбор, пользоваться специальными средствами или исходить из фактических показателей конкретного сотрудника, должен делать каждый руководитель самостоятельно, но для более точных результатов и при наличии возможности в организации не стоит отвергать данные методы.

В итоге рассмотрения данного вопроса можно сказать, что повышение квалификации сотрудников должно зависеть от планов по развитию персонала и от стратегии компании, а также соответствовать потребностям организации в зависимости от этапа её развития. Учитывая все рекомендации в совокупности со своевременной оценкой уровня квалификации сотрудников, организация может рассчитывать на успешное развитие и продвижение в условиях рыночной конкуренции.

Список использованных источников и литературы

1. Фридман А.С. Вы или вас: профессиональная эксплуатация подчиненных. – М.: Добрая книга, 2010.
2. Пригожин А.И. Прикладная социология и менеджмент. Управляемость организации – М.: Интерпракс, 1995.
3. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: Учебное пособие. – М.:ИНФРА-М, 2009.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ

Голубева Е.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Международная трудовая миграция является неотъемлемой частью нынешней системы мирового хозяйства, нормой существования большинства государств, фактором мирового развития, обеспечивающей гибкость международного рынка труда, более разумного использования трудовых ресурсов, взаимодействие и взаимообогащение мировых цивилизаций.

В годы мирового экономического кризиса объемы трудовой миграции снизились, что серьезно не отразилось на долгосрочной перспективе миграции, потому что экономическая сторона международной миграции является дополнительным источником развития как, для стран происхождения так, и, для принимающих государств. В международном трудовом процессе участвуют сотни миллионов людей, что указывает на становление глобального рынка рабочей силы и адекватной ему системы международной трудовой миграции.

По оценкам Международной организации по миграции (МОМ), в 2010 г. общее число международных мигрантов в мире (включая легальных трудовых мигрантов и членов их семей) превысило 215 млн. человек. Увеличение международной трудовой миграции оказывает значительное влияние на мировое хозяйство, выступая одним из важных факторов его глобализации. В условиях

неравномерности экономического и демографического развития стран мира международная трудовая миграция превращается в «инструмент кооперации» между промышленно развитыми и развивающимися странами. Развитые страны предоставляют рабочие места и возможность заработка в своих странах, а развивающиеся страны служат поставщиком рабочей силы, в которой нуждаются развитые государства. Здесь на первый взгляд все взаимосвязано, ведь, формирование такой миграционной взаимозависимости является одной из принципиальных характеристик современной миграционной ситуации в мире. Данная тенденция обуславливает вовлечение почти всех стран мира в интернациональный обмен трудовыми ресурсами в качестве импортеров и экспортеров рабочей силы.

В настоящее время без международной трудовой миграции сложно себе представить развитие различных отраслей таких как: строительство, сельское хозяйство, промышленность, сфера услуг, где сохраняется относительно значительная доля ручного, непрестижного, малоквалифицированного и низкооплачиваемого труда, не привлекающего деятельное население развитых стран даже при наличии безработицы. В то же время высококвалифицированные мигранты являются важным сегментом на мировом рынке труда, так как они приносят высокую экономическую отдачу для принимающих стран, получая полное осуществление своих способностей и квалификации, благодаря возможности выбора страны и места работы.

Участие стран происхождения мигрантов в международной трудовой миграции влияет на сокращение бедности, уменьшение безработицы, повышение уровня жизни семей мигрантов за счет денежных переводов из-за рубежа и обеспечение экономического роста этих стран из-за прироста инвестиций из принимающих стран.

Современная Россия находится в центре общемирового миграционного процесса и на данный момент является одной из крупнейших мировых стран по приему трудовых (в том числе и нелегальных) мигрантов из государств дальнего и ближнего зарубежья. Отдавая другим странам только небольшую часть своего населения. Россия рассматривает актуальную потребность в низко-квалифицированной рабочей силе, особенно для сезонных работ и работ, имеющих определенные циклы. Миграция приобретает «судьбоносное значение для России» и в ближайшем будущем от нее будут зависеть уровень жизни населения, динамика экономического роста, социальный климат, региональные пропорции развития, размеры страны и ее целостность.

Одновременно Россия оказалась не готова к росту трудовых мигрантов, принятые законодательные акты отличаются двойственностью, а практика контроля за миграцией неэффективностью. В настоящее время ощущается отсутствие опыта государственного регулирования миграционного процесса, что диктует необходимость изучения реалий мировой миграции и поиска научных объяснений движения населения, трендов процесса международной миграции, исследования и применения передового опыта миграционной политики других стран.

Новые явления в процессе миграционных процессов в мире, проблемы и трудности становления российской миграционной политики порождают осмысления происходящих событий в целях определения наилучших путей и способов включения России в международный трудовой обмен. Все это определяет актуальность статьи.

Сложность процессов миграции населения, причин, мотивов и их последствий способствовали появлению большого количества теорий. В отечественной науке предпринималось несколько попыток обобщения и классификации основных научных подходов изучения миграции населения (В.А. Ионцев, И.В. Ивахнюк и др.)

В неоклассической теории международная миграция объясняется экономическим неравновесием и неравенством между странами, в частности, в уровнях зарплаты, что определяет движение рабочей силы. Экономический рост и усиление эмиграции в странах выезда постепенно снижают разрыв в уровнях заработной платы и стимулы для миграции.

Теория человеческого капитала основывается на том, что миграция может быть способом инвестиций в «человеческий капитал», при этом помимо экономических (денежных) выгод и издержек миграции, принимаются во внимание также психологические издержки, а также влияние таких нематериальных факторов как климат, доступ к культуре и общественным благам более высокого уровня и т.д., которые обычно остаются вне поля зрения неоклассической экономической теории миграции.

Новая экономическая теория миграции стремится осуществить синтез микро- и макроподходов. Она исходит из того, что решения о миграции принимаются не отдельными индивидуумами, а коллективно членами домохозяйств или семьей. Целью выезда за границу является максимизация ожидаемого дохода, связанного с денежными переводами мигрантов, и минимизацией рисков, связанных с недостаточным развитием в своей стране рынков труда, страхования и кредитов.

Список использованных источников и литературы

1. Булатова, А.С., Мировая экономика: Учебник. – М.: Юристъ, 2001. – 736 с.
2. Костин, Л. Миграция и мигранты // Человек и труд. – №8. – 2001. – С. 61-64.
3. Метелёв С.Е., Косьмин, А.Д., Дубенская, Е.С. Международная миграция рабочей силы: Учебное пособие. – М.: Экономика, 2006. – 43с.
4. Труд и занятость в России. Стат. сб. – М.: Государственный комитет РФ по статистике, 2001. – 580 с.

КРЕАТИВНОСТЬ КАК КРИТЕРИЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА МЕНЕДЖЕРА

Горбунов В.А., студент; Шиканов Л.А., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

При характеристике креативного человека обычно имеется в виду творческая личность, нестандартно и оригинально мыслящая. Понятие креативность подразумевает и такие качества как гибкость, обучаемость, умение находить выход из казалось бы безвыходных ситуаций [5].

Креативность является характеристикой профессионализма. В том случае, если менеджер, столкнувшийся с практической проблемой, успешно действует в соответствии со схемой, принятой в данной компании это уже хорошо. Несомненно, он является крепким профессионалом, поскольку таковым считается специалист, который изучил широкий круг логических программ и может эффективно применять их на практике [4.С.6]. В том случае, если менеджер предлагает неожиданную схему действий, которая позволяет решить ситуацию оперативно, с наименьшими затратами то данный менеджер это креативный профессионал [5]. Если менеджер решил практическую задачу творчески, тем самым он проявил высший профессионализм, который имеет выход в управление как искусство. Искусство это всегда творчество [4.С.6].

Совсем недавно креативность считали необходимым только для работников творческих профессий. Однако творчество необходимо для решения нестандартных задач в любой области, тем более в сфере управления. Все дело в быстром темпе и многоплановости современной жизни, которые требуют умения гибко и разносторонне реагировать на происходящие изменения. Сегодня ни одна компания не может позволить себе расслабиться: конкуренция чрезвычайно жестока. Именно поэтому работодатели так заинтересованы в людях, которые способны нестандартно мыслить, находить новые идеи и подходы к управлению.

Первоначально креативность менеджеров связывалась со сферой их профессиональной деятельности. Например, считалось, что менеджеры частных фирм креативнее управленцев крупных государственных предприятий, а рекламщики наиболее креативны, чем финансисты. Однако проведенные западными специалистами исследования доказали отсутствие связи между креативностью и сферой деятельности специалиста. Креативность – это внутреннее качество человека, зависящее от его личностных характеристик. Ведь и финансисты нередко внедряют инновации, оптимизирующие деятельность сотрудников.

Чем отличается креативный менеджер? В первую очередь, отсутствием страха перед стереотипами. Он смело рушит устоявшиеся традиции и внедряет инновационные решения. Такой подход к повседневной деятельности позволяет компании не только находиться «на плаву», но и обходить своих конкурентов. Ведь креативный менеджер понимает, что любая технология, новый продукт или вид услуги очень быстро отстают от жизни. Поэтому он не борется с переменами, а предвидит их, принимая нестандартные решения и выводы, тем самым, компанию на передовые позиции [5].

Таким образом, креативность это важнейшая характеристика профессионализма. Под профессионализмом обычно понимают особое свойство людей, позволяющее систематически, эффективно и надёжно выполнять сложную (профессиональную) деятельность в самых разнообразных условиях.

Профессионализм рассматривается как индивидуальная особенность человека достигшего определённых навыков не только в производственной деятельности, но и особенности его профессиональной мотивации, систем его устремлений, ценностных ориентаций, смысла труда. Чаще всего слово профессионализм связывают с качественной работой менеджера, а иногда используют как оценочное понятие.

В настоящее время для разработки модели профессионализма наиболее часто используют компетентностный подход. В соответствии с ним профессионализм – это компетентность в конкретной области деятельности. Компетенция, понимаемая как практическая способность специалиста решать конкретные задачи на основе систематизированных знаний и отрефлектированного опыта их применения, используется в качестве основной единицы анализа профессиональной деятельности.

В связи с этим целесообразно выделять три вида компетенций: предметные (предметно-отраслевые), управленческие и инновационные. *Предметные компетенции* обеспечивают ориентацию и способность квалифицированно действовать в конкретных производственных технологиях и сложившихся видах деятельности. Разновидности предметных компетенций соответствуют специальностям, существующим в отрасли. Они составляют основу профессиональной подготовки специалиста любого профиля.

Управленческие компетенции обеспечивают практические способности управлять производством, отдельными бизнес-процессами и бизнесом в целом. Они являются относительно универсальными, потому что необходимы для любых отраслей и сфер производства.

Инновационные компетенции обеспечивают способность заниматься совершенствованием производственных и управленческих технологий и систем. Эти компетенции обладают такой же универсальностью, как и управленческие, потому что необходимы в самых разных видах деятельности.

Понятно, что инновационные компетенции формируются на основе развитых предметных компетенций (у специалистов) или управленческих и предметных (у менеджеров).

Выделенные три вида компетенций, по существу составляют общую модель профессионализма, применимую для большинства специальностей. Рядовому специалисту необходимы лишь предметные компетенции, классному инженеру – предметные и инновационные, а хорошему менеджеру требуются компетенции всех трех типов [2.С.20].

Если говорить на эту тему детально, в современных условиях управленческая деятельность требует наличия у менеджера следующих компетенций:

1. Способность руководить, поскольку административные навыки определяют эффективность деятельности менеджера в целом. Хорошему администратору можно простить многое, если его просчеты не связаны с результатами деятельности организации.

2. Способность управлять собой важная характеристика, т.к. руководитель обладающий навыками самоорганизации, действуя силой примера, способен организовать и мотивировать подчиненных.

3. Эффективно определять цели организации. Целеполагание – ключевой фактор, который предполагает создание ценностной основы деятельности компании, а именно миссии и корректировку корпоративной культуры [3].

4. Коммуникативная компетентность. Известно, что львиную долю своего времени менеджеры тратят на коммуникации. Появился даже специальный термин: «прогуливающийся менеджмент». В связи с этим существуют две проблемы. Первая связана с обеспечением полноты коммуникаций, их системности и управляемости. Вторая зависит непосредственно от коммуникабельности менеджера [3].

5. Выстраивание работы с ключевыми сотрудниками. В любом подразделении успех деятельности зависит от наличия сильного линейного руководителя. Подбирать людей на такие должности необходимо топ-менеджеру [3].

6. Способность быть лидером, идти на необходимый риск. Известно, что лидер не появляется по приказу, а формируется вследствие высокого авторитета и психологического признания окружающих, которые становятся не только подчиненными, но последователями данного лица. В условиях приверженности лидеру со стороны подчиненных появляется возможность действовать при наличии неожиданностей и дефицита информации, поскольку люди доверяют руководителю и разделяют с ним возможный риск.

7. Постоянный личностный рост. Данная компетенция связана с наличием высоких амбиций, которые должны быть реализованы на практике. Личность руководителя, который многого достиг, усиливает его авторитет и служит примером подчиненных [3].

8. Использование современных управленческих подходов. Современная управленческая наука имеет в своем арсенале эффективные, но не всегда применяемые практикующими менеджерами управленческие подходы такие, как процессный (включая реинжиниринг), системный.

9. Умение обучать, развивать и мотивировать подчиненных. В управленческой теории и отчасти практике уже устоялось положение о том, что менеджер должен быть тренером своей группы. Обучение и развитие подчиненных очень важно, особенно в современных условиях перехода на новые формы организации труда, когда старые методы мотивации уже не работают.

10. Персональный и корпоративный тайм-менеджмент. Умение планировать свое время таким образом, чтобы успевать решать наиболее важные, приоритетные для компании задачи, умение систематизировать и структурировать работу, мотивировать себя на выполнение сложных, объемных, порой весьма неприятных задач – это далеко не полный перечень результатов освоения технологий персонального тайм-менеджмента. Он представляет собой отличный инструмент повышения эффективности работы [3].

11. Умение отдыхать. Переработки сотрудников, их изнашивание и выгорание вызвали к жизни такие явления как «синдром Кароши и «дауншифтинг». Поскольку все в компании зависит от топ - менеджера, необходимо акцентировать внимание на формировании у него способности не только правильно и эффективно отдыхать самому, но и интегрировать грамотный отдых в систему корпоративной культуры. В противном случае – «загнанных лошадей пристреливают, не правда ли?» [3].

12. Способность к поиску нестандартных, нетривиальных решений. Сегодня эта черта отнюдь не обязательно должна быть врожденной. Существуют технологии поиска новых, необычных решений. Например, это широко известные в кругу технических специалистов, но малоизвестные в управленческих кругах технологии ТРИЗ (теории решения изобретательских задач), а также ТРТЛ (теории развития творческой личности). На самом деле, способность к поиску новых решений неразрывно связана со способностью к обучению и переобучению вообще. А последняя еще в начале 90-х годов прошлого века была признана американскими специалистами наиболее важной компетенцией любого современного человека [3].

Для того чтобы делать выводы о содержании управленческого профессионализма важно учитывать тенденции изменения содержания деятельности современных руководителей. Во многих компаниях, особенно занимающихся быстро развивающимися бизнесами, представления о профессионализме менеджеров стали изменяться. Наиболее профессиональными считаются уже не те, кто в совершенстве владеет задачами текущей деятельности, а те, кто кроме этого быстро адаптируется к постоянно появляющимся новым задачам. Быстрая смена задач и основного содержания деятельности становится все более характерной чертой для бизнеса в самых разных отраслях. Сокращение периода между появлением новых технологий, новых производственных задач, с одной стороны, и высокая динамика условий внешней среды и соответствующие им новые требования бизнеса, с другой, сместили акценты в содержании понятия *управленческий профессионализм*. Главным для менеджера становится скорость и качество освоения новых знаний и компетенций, позволяющих изменять свое поведение и быстро адаптироваться к новым задачам и условиям деятельности [1].

Таким образом, креативность становится профессионально важным качеством современного менеджера. Творческие способности можно развивать, методики повышения креативности разработаны в рамках теории решения изобретательских задач и модели латерального мышления. Для повышения творческих способностей важны как внутренние факторы, так и факторы внешней среды. К внутренним факторам относятся: стратегические способности, развитая интуиция, способность по-новому взглянуть на привычные вещи, способность оценить потенциал непринятых идей, пойти на риск, противостоять неприятию окружающих. Кроме того, очень важно наличие значимой цели, программы по ее реализации и готовность много работать для достижения этой цели. Фактор возраста не играет решающей роли, т.к. успеха можно достигнуть как в молодом, так и в зрелом возрасте [3].

Таким образом, в современных условиях не может быть подлинного профессионализма менеджера во-первых без высокого уровня компетенций, необходимых для решения достаточно привычных, в какой-то степени вариативных задач, а во-вторых, способность осваивать новые компетенции, необходимые для решения творческих задач, поток которых будет нарастать в связи с изменениями условий ведения бизнеса, появлением новых технологий, глобальными экономическими и социальными процессами.

Список использованных источников и литературы

1. Верткин И.М. Качества творческой личности // Введение в ТРИЗ. Основные понятия. Фонд Г.С. Альтшуллера – URL: <http://www.altshuller.ru>, 2003.
2. Дмитриева М.А., Дружилов С.А. Уровни и критерии профессионализма: проблемы формирования современного профессионала // Сибирь. Философия. Образование: Альманах Сибирского отделения РАО. – Новокузнецк: Изд-во ИПК, 2000. – Вып.4. – С.18-30.
3. Лукашенко М.А. Профессиональные компетенции руководителя, 2012 – URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/ksao.shtml.printversion> (дата обращения 09. 10. 2012)
4. Полунина С.Ю. Креативность как профессионально важное качество менеджера, 2013 – URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-171807.html> (дата обращения 10. 03. 1013)
5. Цветков А.Н. Методы решения творческих задач в менеджменте: учебно-практическое пособие. – М.: КНОРУС, 2012. – 152 с.
6. Цой Л. Не вполне корректные размышления общего характера, мало имеющие отношения к креативности современного российского менеджера 2013 – URL: <http://www.klubok.net/article2017.ktml> (дата обращения 18. 03. 1013).

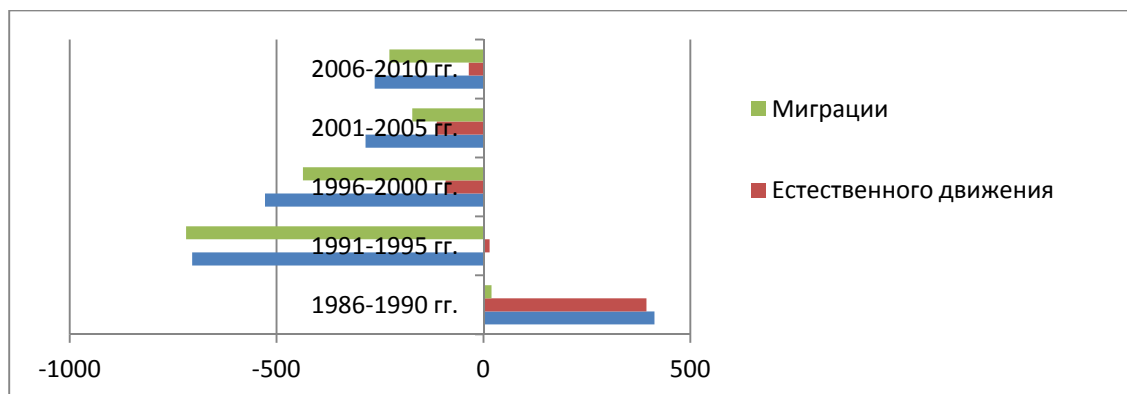
ПОТЕРЯ НАСЕЛЕНИЯ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА В МИГРАЦИОННОМ ОБМЕНЕ МЕЖДУ РЕГИОНАМИ

Гурбан А.Д., Чойдонов Б.Р., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

По данным Росстата Дальневосточный федеральный округ (ДФО), единственный среди федеральных округов России, имеет отрицательный коэффициент миграционного прироста (диагр. 1). По мнению демографа Никиты Мкртчяна, здесь формируется «западный дрейф» [1] и именно Дальний Восток является абсолютным донором в миграционном обмене между регионами. Вследствие чего образуется демографический дисбаланс.

Диаграмма 1. «Данные Росстат за 2009 г.»



Суть проблемы заключается даже не в том, что ДФО теряет население, а в том, что регион не может удержать свое население. Несмотря на то, что ДФО является одним из самых важных регионов – его значимость обуславливается географическим положением.

Помимо миграции на Дальнем Востоке продолжается депопуляция региона. Низкая рождаемость, высокая смертность, естественная убыль населения, быстрое старение населения, более короткая, чем в России в целом, предстоящая продолжительность жизни. Поэтому для увеличения численности много надежд возлагается на миграцию. Но миграция из фактора прироста населения, стала фактором его сокращения.

Почему именно Дальний Восток стал главным донором в миграционном обмене?

Зарботная плата дальневосточников сильно отстает от среднероссийской. В стране зарплата выросла с 1995 по 2009 гг. в 3,4 раза, то на Дальнем Востоке только 2,7 раза [2]. То есть можно сказать, что исчез один из стимулов привлечения населения в регион – преимущество в доходах.

Обеспеченность жильем является фактором закрепления или оттока населения и тут Дальний Восток занимает последнее 7-е место среди федеральных округов [3].

Институт экономических исследований Дальневосточного военного округа Российской академии наук провели соцопрос в 2009 г. на территории ДФО. В итоге, основными причинами в намерении покинуть свой город, респонденты назвали:

- неудовлетворенность уровнем заработной платы
- высокую стоимость жизни и неразвитость потребительского рынка
- низкий уровень социальных услуг (медицина, образование, ЖКХ)

Еще одна причина заключается в том, что Дальний Восток не имеет «подпитки» мигрирующим населением как другие регионы. Например, Красноярский край, который отдает населения западу не меньше Дальнего Востока, но имеет «подпитку» со всех регионов, расположенных к востоку от него. Иркутская область, которая отдает население только Красноярскому краю собирает мигрантов с того же Дальнего Востока.

Такая тенденция демографического и миграционного развития ДФО привела к необходимости использования иностранной рабочей силы. На Дальнем Востоке работает около 100 тыс. приезжих рабочих, и это только по официальным данным. Но говорить о таком приросте трудового населения, как о положительной динамике трудно. В связи с тем, что велика доля нелегальной рабочей силы.

Способы решения проблемы ДФО

Для прекращения дальнейшей депопуляции Дальнего Востока, по мнению Е.Л. Мотрича [3] необходимо создать предпосылки для обеспечения положительной демографической динамики, как за счет собственного воспроизводства населения, так и за счет рационального привлечения и использования миграционного потенциала на основе ускорения экономического развития, повышения занятости и улучшения условий жизни. В связи с этим, как подчеркивает Е.Л. Мотрич, должны быть поставлены и решены следующие основные задачи:

- снижение естественной убыли населения;
- увеличение продолжительности жизни населения;
- увеличение миграционного прироста населения.

Решение этих задач предполагает повышение рождаемости до уровня, необходимого для простого замещения поколений (2,15 рождений на каждую женщину в репродуктивном возрасте).

Для снижения естественной убыли и увеличения продолжительности жизни населения необходима реализация комплекса мероприятий, ориентированных на улучшение состояния здоровья населения и снижение смертности.

Чтобы из миграции сделать фактор увеличения численности в первую очередь трудового населения, необходимо:

- 1) повысить роль денежных доходов
- 2) преодолеть фактор экономической удаленности от Центра.

3) обеспечить формирование в регионе комфортных условий проживания с учетом улучшения транспортной доступности населенных пунктов и реальных межселенных пассажиро- и грузопотоков.

В противном случае по прогнозам Е.Л. Мотрича динамика численности населения российского Дальнего Востока будет устойчиво отрицательной. Численность населения в ДФО к 2030 г. может составить 5,9 млн. чел., что приблизит к уровню 1970 г. Но, только в том случае, если сохранится неравенство регионов РФ по уровню и качеству жизни.

Сокращение численности населения в столь важном для страны стратегическом районе может обернуться непредсказуемыми последствиями для будущего его социально-экономического развития. Если «опустынить» часть своих территорий сейчас, не факт, что будет легко их осваивать заново в дальнейшем. Тем более, что на заброшенные территории могут начать или продолжать претендовать другие государства.

Способствовать решению демографических проблем призвана Государственная программа «О мерах по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом». Но за период 2007–2010 гг. программа реализована лишь на 4,7%.

«Программа переселения требует радикального усовершенствования, она бессмысленна без программы закрепления населения. Трудно сказать сегодня – приемлемо это или нет, но особые условия невозможно создать без отдельного закона о Дальнем Востоке, где за этой территорией будет закреплён особый статус» [3].

Подводя итог, вышеназванным проблемам, следует отметить, что при любых инвестициях в развитие дальневосточного региона серьезный экономический результат не может быть получен, если ДФО будет продолжать терять население и не только за счет миграционного оттока, но и путем естественной убыли. Но, несмотря на такой печальный вывод, в прогнозах некоторых специалистов звучит оптимистичный вывод о том, что миграция населения с дальнего востока за последние 1,5–2 года имеет тенденцию к снижению.

Список использованных источников и литературы

1. «Западный дрейф» – отток населения из ДФО на запад России. Никита Мкртчян Отечественные записки. – № 4 (19) – 2004. – URL: <http://www.strana-oz.ru/2004/4/zapadnyy-dreyf-vnutrirossiyskoymigracii> (дата обращения 16.03.2013)
2. Социально-экономические показатели. 2009: Стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – URL: <http://www.rg.ru/2009/02/05/reg-primorie/migracia.html> (дата обращения 16.03.2013)
3. Пятый Дальневосточный международный экономический форум 4-5 октября 2011 г. в г. Хабаровске. Доклад Мотрич Е.Л. «Демографические и миграционные процессы на Дальнем Востоке России» – URL: http://www.assoc.fareast.ru/fe.nsf/pages/gen_demogr.htm (дата обращения 16.03.2013)

АНАЛИЗ ПРОЦЕССА МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Давыдова А.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

За последнее десятилетие в России количество предприятий, различных форм собственности выросло на порядок, соответственно, с течением времени перед новыми руководителями, новых предприятий встала проблема управления кадрами. Это изменение обусловлено тем, что руководитель всегда должен помнить, что даже прекрасно составленные планы и самая совершенная структура организации не имеют никакого смысла, если кто-то не выполняет фактическую работу организации. Задача функции мотивации заключается в том, чтобы члены организации выполняли работу в соответствии с делегированными им обязанностями.

Для формирования действенной стратегии мотивации персонала в настоящее время, требуется коренной пересмотр традиционно бытующих на предприятиях, всех сфер деятельности, трудовых отношений между работником и предпринимателем. Ключевым пунктом является обеспечение позитивного отношения работника к кругу своих обязанностей и к предложенным правилам игры, для чего необходимо культивирование и поощрение правильного самоопределения работника. Самоопределение означает не только адекватное понимание, но и осознанное принятие работником нормативных условий его труда и жизни в организации.

Мотивирование составляет сердцевину и основу управления человеком. Эффективность управления в очень большой степени зависит от того, насколько успешно осуществляется процесс мотивирования. В зависимости от того, какие задачи решает мотивирование, можно выделить два основных типа мотивирования. Первый тип состоит в том, что путем внешних воздействий на человека вызываются к действию определенные мотивы, которые побуждают человека осуществлять определенные действия, приводящие к желательному для мотивирующего субъекта результату. Второй

тип мотивирования своей основной задачей имеет формирование определенной мотивационной структуры человека. В этом случае основное внимание обращается на то, чтобы развить и усилить желательные для субъекта мотивирования мотивы действия человека, и наоборот, ослабить те мотивы, которые мешают эффективному управлению человеком [3].

Цели разработки и внедрения системы материального и нематериального стимулирования (мотивации) персонала:

- ✓ повышение выручки и выполнение производственных и финансовых планов;
- ✓ повышение качества продуктов и услуг компании;
- ✓ повышение материальной заинтересованности работников предприятия и обеспечение им социальных гарантий;
- ✓ побуждение персонала предприятия работать максимально эффективно за минимальные деньги при стойкой иллюзии адекватности получаемого вознаграждения и неотвратимости заслуженного наказания;
- ✓ поддержание заинтересованности сотрудников в успешном проведении возможных структурных преобразований на предприятии, стимулирование высококвалифицированного труда персонала различных категорий;
- ✓ привлечение и удержание высококвалифицированных специалистов, развитие таких качеств персонала, как инициатива, лояльность и преданность компании;
- ✓ создание стимулов для повышения качества принятия управленческих решений высшим управляющим составом предприятия, способствующих росту эффективности компании в целом и сокращению расходов;
- ✓ укрепление дисциплины работников, лояльности к компании и солидарной ответственности персонала;
- ✓ прояснение, согласование и доведение системы целей руководства до уровня каждого рабочего места (каждой должности) [1].

Таким образом, рассмотрим более подробно систему прямой материальной помощи. Система оплаты труда должна создавать у людей чувство уверенности и защищенности, включать действенные средства стимулирования и мотивации, обеспечивать процесс воспроизводства затраченной энергии (восстановления работников). Чтобы выбранная система оплаты усиливала мотивацию работников фирмы, специалисты по кадровому менеджменту предлагают проводить ее проектирование в следующей последовательности:

1. определить цели и принципы системы оплаты (ориентация на индивидуальные или групповые результаты, позволяет ли данная система найти и удержать нужных специалистов, уменьшить текучесть персонала и т.п.);
2. собрать информацию о системах оплаты в фирмах-конкурентах;
3. проанализировать условия, в которых действует интересующая система оплаты;
4. рассмотреть возможность опроса по предлагаемым изменениям в системе оплаты;
5. проанализировать эффективность системы оплаты за счет сравнения достигнутых результатов с ее целями.

Одним из способов материального мотивирования является повышение заработной платы сотрудников. Заработная плата может быть повышена:

- за увеличение объема производимой продукции;
- за рост квалификации;
- за совмещение должностей, выполнение объема работ с меньшей численностью работников;
- за увеличение объема продаж.

Также к экономическим способам воздействия на трудовую деятельность сотрудников можно отнести систему премий [3].

Нематериальное стимулирование является неотъемлемым компонентом современных концепций и практик менеджмента организации, обеспечивающим их общую эффективность. Система нематериального стимулирования представляет собой не набор традиционных действий по формуле «стимул – реакция», именуемых «рюшечками» HRM (корпоративных праздников, интерьеров, информационных листков), а целостный комплекс мер, дополняющий материальные факторы и обеспечивающий вовлеченность сотрудников в трудовой процесс.

- ✓ Корпоративные праздники, поздравления с днем рождения
- ✓ Делегирование полномочий
- ✓ Улучшение организационно-технических условий на рабочих местах: модернизация основных средств (компьютер, автомобиль и т. д.), улучшение дизайна (оформление офиса, рабочего места, мебель и т. д.)
- ✓ Безвозмездная материальная помощь (рождение ребенка, свадьба, тяжелая болезнь ближайших родственников или их смерть)
- ✓ Похвала один на один, на общих собраниях и праздниках, вручение грамот
- ✓ Обучение за счет компании

- ✓ Система адаптации новых сотрудников, система наставничества
- ✓ Включение сотрудников в процесс принятия решений (опросы, анкетирование, обсуждение с сотрудниками стратегических планов или информирование об их сути, рассмотрение их предложений)
- ✓ Предоставление некоторым категориям сотрудников (студентам, пенсионерам, молодым матерям) права на укороченный рабочий день, неполную рабочую неделю, скользящий или гибкий график
- ✓ Выделение «легенд компании», «лиц компании» – сотрудников, давно работающих в компании и внесших значительный вклад в ее становление и развитие
- ✓ Предоставление служебного автотранспорта
- ✓ Организация качественного медицинского обслуживания
- ✓ Помощь в устройстве детей сотрудников в лагеря отдыха, учебные заведения
- ✓ Организация питания за счет компании
- ✓ «Витрина успехов» или «Доска почета»
- ✓ Оплата путевок работникам и членам их семей на лечение, отдых, экскурсии, путешествия
- ✓ Вымпелы и кубки лучшему работнику
- ✓ Обеспечение проездными билетами
- ✓ Предоставление абонементов в фитнес-центры
- ✓ Описание критериев и этапов горизонтального и вертикального карьерного роста
- ✓ Вывешивание «Листка позора» с именами тех, кто допустил сбой в работе, грубо или злостно нарушал стандарты, принятые в компании
- ✓ Полная или частичная оплата проезда к месту отдыха или самого отдыха.

По статистике Е.К. Завьяловой, «доска почета» используется лишь в 20% компаний, награды лучшему работнику выдаются только в 14% компаний, выделение «легенд компаний» осуществляется лишь в 42% организаций. Самым простым и не требующим инвестиций стимулом – похвалой – пользуются лишь 58% руководителей. Не часто применяются и такие адресные формы поощрений, как помощь в устройстве детей сотрудников, оплата отдыха, предоставление ссуд на приобретение жилья [4].

Одной из главных задач современной компании является формирование эффективной системы управления, в реализации которой огромную роль играет управление персоналом. В настоящее время в экономике складывается достаточно непростая ситуация, которую можно охарактеризовать как «кадровый голод». Существует острая нехватка высококвалифицированных специалистов во многих отраслях. С каждым годом данная проблема усложняется ухудшающейся демографической ситуацией. В этих условиях качественно выстроенная система мотивации является важным элементом системы управления персоналом, особенно для быстрорастущих и динамично развивающихся компаний [2].

Список использованных источников и литературы

1. Добролюбов Е. Система материального и нематериального стимулирования (мотивации) персонала // Банковские технологии. – 2002. – № 3. – С. 41-44.
2. Пермский А.В. Мотивация персонала как инструмент повышения стоимости компании // Кадры. – 2009. – №5. – с.4-5.
3. Петрова Н.И. Система мотивации: сущность, виды, методы: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2011 г.
4. Завьялова Е.К. Нематериальное стимулирование в современных системах управления персоналом российских компаний // Вестник Санкт-Петербургского университета

НЕЛЕГАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РОССИИ

Дьяченко Ю.И., студент

Национальный исследовательский Томский Политехнический Университет

На сегодняшний день в современной России одной из проблем является нелегальная миграция.

Но для начала можно сказать пару слов о легальной миграции. Она играет позитивную социальную – экономическую роль, поскольку трудовые мигранты выполняют тяжелую и не престижную работу, которую не хотят выполнять местные жители. Таким образом, поддерживается экономика страны, и даже происходит рост некоторых экономических отраслей.

Параллельно с легальной трудовой миграцией существует и нелегальная миграция населения. В Россию нелегальные мигранты приезжают по двум причинам: нет работы в своей стране или думают, что в России можно заработать значительно больше. Для российских предпринимателей нелегалы очень выгодны, потому что на них можно сэкономить путем снижения заработной платы.

Пик миграционной активности в России начался с 1990-х годов, так называемая политика «открытых дверей», когда государство потеряло контроль над процессами миграции. Такая масштабная миграция оказывает негативное влияние на социальные, культурные и экономические процессы в

Российской Федерации. Результатом этого стало: неравномерность развития рынков труда, невозможно обеспечить безопасность самих мигрантов.

По последним данным в России находится от 5 до 15 миллионов трудовых мигрантов, но сколько их на самом деле никто точного ответа дать не может.

К нелегальным мигрантам относятся следующие группы лиц:

Первая группа – лица, въезжающие в страны СНГ нелегально: без документов, по поддельным, чужим документам, а также иностранцы, у которых объявленная цель въезда не соответствует их подлинным намерениям.

Вторая группа – иностранные граждане, обучавшиеся в странах СНГ или работавшие по трудовым контрактам и после завершения сроков учебы или работы не пожелавшие вернуться на родину.

Третья группа – это транзитные мигранты, которые намереваются выехать в одну из стран Запада в целях получения там работы или статуса беженца.

Наконец, к нелегальным мигрантам следует также относить тех беженцев, которые уклоняются от выезда из страны после получения отказа от убежища.

Экономический ущерб в виде неуплаты налогов, нанесенный нелегальной миграцией в странах СНГ составляет 8 миллиардов долларов каждый год. По этой причине, каждая из развитых стран стремится усилить наказание за нелегальную миграцию.

Парламент РФ внес такие ужесточения как:

- штраф до 300 тыс. руб.;
- принудительные работы сроком до 4 лет;
- лишение свободы сроком до 4 лет.

Для сравнения можно взять такие страны как США, Австралия и Украина.

В США штраф составляет от 250 до 10 000 долларов за каждого нелегального мигранта.

В Украине налагается штраф от 3400 до 8500 гривен и лишение свободы сроком от 3 до 5 лет с конфискацией транспортного средства.

В Австралии лишение свободы сроком от 5 до 20 лет или депортация на острова для принудительных работ.

Но любые меры борьбы с нелегальной миграцией будут бесполезны, если для работодателей подобная система найма рабочих будет выгодна. Выход из данной ситуации видится в следующем: строгое соблюдение действующего законодательства, обеспеченное принудительной силой государства.

Нелегальная миграция вызывает огромное количество проблем: перенасыщение рынка труда дешевой неквалифицированной рабочей силой, рост преступности. Многие нелегальные мигранты живут в плохих условиях, непригодных помещениях, общежитиях, что отрицательно сказывается на их здоровье. Среди нелегальных мигрантов выше заболеваемость различными инфекционными болезнями, в том числе туберкулезом, СПИДом. Условия и режим работы приводят к психическим перегрузкам и нервному перенапряжению. Нелегальные мигранты находятся под постоянным страхом быть задержанными, потерять работу, быть высланными из страны.

Нелегальная рабочая сила влечет за собой экономические последствия. Конечно, нелегалы в нашей стране занимают определенное место в разделении труда и способствуют развитию экономических процессов. Нелегальная занятость незаконных мигрантов неизбежно сопровождается нарушением налогового законодательства. Нелегалы составляют реальную конкуренцию на рынках труда для местного населения и могут влиять в сторону понижения на средний уровень оплаты труда в некоторых отраслях.

Так как же бороться с нелегальной миграцией рабочей силы? Конечно, сократить ее до нуля не удастся, но значительно уменьшить, возможно. Для этого можно упростить систему регистрации и сократить сроки получения документов. Также необходимо, что бы задачей миграционной политики на первом месте стояло предотвращение нелегальных мигрантов. Должны быть ужесточены наказания за содействие нелегальной миграции и работодатели также должны нести наказание за эксплуатацию труда нелегальной рабочей силы.

Так как Россия нуждается в дополнительной рабочей силе, то правительству необходимо направить все свои силы на легализацию трудовых мигрантов.

Список использованных источников и литературы

1. Бондырева, С.К. Миграция. Сущность и явления. – М.: МПСИ. – 2004. – 301 с.
2. Витковская Г. Адаптация вынужденных мигрантов в разных типах поселений в России // Миграция и урбанизация в СНГ и Балтии в 90-е годы / Под ред. Ж. Зайончковской. – М., 1999. – С.202-203
3. Иванов С. Трудовая миграция: факторы и перспективы // Россия в глобальной политике. – 2006. – № 3. – С. 38-42
4. Кириллова Е.К. Нелегальная иностранная рабочая сила в России // Миграция населения. – Вып. 2. Трудовая миграция в России. Под общей ред. О.Д. Воробьевой. – М., 2001. – С.141-142
5. Тарасова Н.В., Гришанова А.Г. Социально-демографические проблемы миграции населения России в 90-е годы. – М., 1997. – с.13-15.

ПИРАМИДА МАСЛОУ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ: ЕЕ РЕЛИГИОЗНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Желтухина М.О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Насколько актуальна в настоящее время «пирамида Маслоу» как способ мотивации в управлении персоналом, а также играет ли роль религия в мотивации потребностей человека?

Каждый руководитель планирует деятельность организации или структурного подразделения. Он также определяет когда, как и кто должен выполнить ту или иную задачу. Все принятые решения должны быть эффективными. Только в этом случае будут достигнуты рыночные цели компании. Руководитель должен координировать работу персонала и мотивировать людей эффективно выполнять поставленные задачи. Для этого необходимо мотивировать сотрудников к качественному выполнению своих обязанностей.

Руководители компаний тратят значительные средства на создание систем эффективной мотивации персонала. Это позволяет добиваться высоких результатов в работе. Существуют различные концепции мотивации персонала. Одной из таких концепций, является теория Абрахама Маслоу.

Абрахам Маслоу признавал, что люди имеют множество различных потребностей, но также полагал, что эти потребности можно разделить на пять основных категорий:

1. Физиологические: пища, вода, сон и т.п.
2. Потребности в безопасности: комфорт, защита, постоянство условий жизни, свобода от страха, тревоги и хаоса.
3. Потребность в любви и принадлежности: общение, привязанность, забота о другом и внимание к себе, совместная деятельность, семья, дружба, принадлежность к группе.
4. Потребность в уважении-признании: самоуважение, уважение со стороны других, признание, достижение успеха и высокой оценки, статус, служебный рост, репутация.
5. Потребность в самоактуализации: познание, самоактуализация, самовыражение, самоидентификация, развитие способностей. Человек должен заниматься тем, к чему у него есть склонности и способности [2.С.370].

Теория Абрахама Маслоу внесла существенный и важный вклад в исследование и осознание того, что является основой системы мотивации людей к работе. Руководители самых различных уровней осознали, что мотивация персонала определяется широким спектром потребностей. И для того чтобы мотивировать каждого определенного человека, руководителю необходимо дать возможность сотруднику удовлетворить наиболее важные потребности. До недавнего времени для мотивации персонала применялись исключительно экономические стимулы. Такую ситуацию можно объяснить тем, что поведение людей определялось потребностями более низших уровней. Сейчас же положение изменилось. Благодаря более высоким зарплатам и развитию различных социальных благ, сотрудников, находящихся на низших ступенях иерархической лестницы организации, необходимо мотивировать к работе учитывая все ступени пирамиды ценностей Маслоу. Так, если вы руководитель, – вам необходимо проводить исследование персонала, чтобы выявить, какие наиболее активные потребности движут ими и использовать информацию для разработки эффективных механизмов мотивации персонала. Но так как с течением времени потребности человека меняются, то важно регулярно отслеживать изменение потребностей сотрудников.

Теория ценностей Маслоу дала руководителям полезное описание процесса мотивации. Также необходимо отметить, что удовлетворение одной определенной потребности не всегда приведет к удовлетворению потребностей более высокого уровня в качестве мотивационного стимула для человека. Человек никогда не будет полностью удовлетворен, удовлетворив одну потребность, у него появляется новая, такова сущность человека.

Наше представление об иерархии потребностей будет более понятным, если мы введем термин «мера удовлетворенности потребностей». Термин «мера удовлетворенности потребностей» позволяет нам лучше понять тезис об актуализации более высокой потребности после удовлетворения более низкой. Если в целях наглядности воспользоваться конкретными цифрами, пусть и условными, то получится, что у среднестатистического гражданина физиологические потребности удовлетворены, например, на 85%, потребность в безопасности удовлетворена на 70%, потребность в любви – на 50%, потребность в самоуважении – на 40%, а потребность в самоактуализации – на 10%.

Особо следует подчеркнуть, что процесс актуализации потребностей, не взрывной не внезапный; скорее следует говорить о постепенном, медленном пробуждении и активизации более высоких потребностей [1.С. 69].

Теория иерархии потребностей, несмотря на свою популярность, не подтверждается и имеет низкую валидность. Хотя, казалось бы, теория пирамиды ценностей Абрахама Маслоу дала управленцам весьма полезное описание непрерывного цикла и процесса самой мотивации, последующие практические работы подтвердили ее лишь частично. Индивидуальные отличия людей в теории не учтены. Ведь, учитывая свой предшествующий опыт, человек может быть больше заинтересован в самовыражении, в

тоже время как поведение другого, на первый взгляд, схожего с ним, будет вначале определяться потребностью в безопасности и потребностью в признании.

Наглядный пример из американской практики, время великой депрессии 1930-х г., когда многие люди были настолько подавлены, что после того, как они находили работу и начинали зарабатывать, доминантной оставалась потребность в безопасности. Все люди обладают различными потребностями и желаниями, и если управляющий хочет эффективно мотивировать своих сотрудников, он должен понимать их индивидуальные потребности.

Для эффективной работы сотрудников необходима правильно выстроенная мотивация персонала. Руководителю необходимо понимать и чувствовать индивидуальные потребности подчиненных и правильно пользоваться мотивационными факторами для построения слаженной и эффективно работающей команды профессионалов.

Религия играет огромную роль, а точнее религиозность человека в организации и вообще в бизнесе. Если человек религиозный, а в религии мы знаем, что очень почитается семья, семейные отношения, порядочность, честность, взаимопомощь. Следовательно, можно сделать следующие выводы: если ваш партнер, работник, работодатель и т.д. религиозный человек, то можно ему полностью довериться, быть уверенными в том, что этот человек, вас никогда не обманет, не подведет, а даже наоборот это будет являться гарантом надежности и качества.

Руководители должны стараться избегать предвзятого предпочтения сотрудников одной культуры к другой, отношение к другим нравственным религиозным нормам, вероисповеданиям. Рассчитывать, что люди, которыми вы руководите, например, из другой страны, обладают теми же предпочтениями и потребностями, что и люди в вашей стране, нельзя. Необходимо обеспечивать удовлетворение потребностей людей, которыми вы управляете с учетом различных факторов, которые могут оказывать влияние на мотивацию персонала. В этом случае сотрудники будут эффективно работать на благо компании и станет возможным достижение конечных целей компании и успех на рынке.

Список использованных источников и литературы

1. Ардашкин И.Б. Психология религий. – Томск: Изд-во ТПУ, 2011.– 276 с.
2. Маслоу А.Г. Мотивация и личность / Перевод. с англ. Татлыбаевой А.М. – СПб.: Евразия, 1999. – 370 с.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ КОЛЛЕКТИВНОЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ивашков Д.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Проблема обучения современным методам мотивации интеллектуальной активности персонала сегодня является очень актуальной, поскольку, в наше время все чаще требуется отказ от готовых решений, от их слепого копирования, основываясь на добыче и поиске информации, которые в условиях научно-технического прогресса, информатизации общества, когда быстрыми темпами увеличивается объем информации, стремительно устаревают знания, предъявляются новые требования к личностному и профессиональному развитию человека. Небывалый рост объема информации требует от современных руководителей таких качеств, как инициативность, изобретательность, предприимчивость, способность быстро и безошибочно принимать решения, умение раскрыть интеллектуальный потенциал сотрудников в полной мере, а это невозможно без умения работать в коллективе творчески. Очевидно, что Российская предпринимательская среда должна прореагировать на эти изменяющиеся условия внедрением и развитием общеупотребимых за рубежом методик взаимодействия с персоналом и мотивации его творческой активности.

Даже при поверхностном анализе положения на рынке труда за рубежом можно убедиться, что там сейчас происходит нечто вроде креативного бума. Методики стимуляции творческого мышления применяются во многих сферах жизни, которые требуют оригинальных идей. Среди прочего, использование методик, таких как теория решения изобретательских задач (ТРИЗ) и морфологический анализ – распространенное явление среди инженеров и изобретателей. Методики латерального мышления применяются в сфере бизнеса и рекламы. Метод Уолта Диснея и мозговой штурм используются во время дискуссий по проблемным вопросам различных отраслей. Методика SCAMPER часто используется для разработки новых продуктов. Техники, способствующие творческому процессу генерации оригинальных идей, изучаются в вузах и даже в школах. Однако, в России использование различных эвристических подходов и прочих креативных методов, похоже, не является повсеместной практикой. Возможно, проблемой является недостаточная освещенность этого вопроса среди молодых руководителей, предпринимателей, и консервативные устои, сложившиеся в образовательной системе относительно данного вопроса.

Многие руководители и специалисты вполне плодотворно мыслят в привычных границах. Они даже не замечают их – автоматически просчитывают варианты, комбинации и перестановки в пределах

ограниченного пространства возможностей. Среднестатистический российский управляющий, в лучшем случае, возможно, осведомлен о существовании метода мозгового штурма и, может быть, даже время от времени применяет его, в остальных случаях – опирается на существующие данные по финансам и рынкам либо специально проведенные маркетинговые исследования. Однако, у маркетинговых исследований свои слабые места. Анализ рынка неоценим, если вы хотите узнать, как люди восприняли идею (правда, им нужно ее представить в готовом виде), но скрытые потребности он выявляет редко. Но существуют методы, изначально направленные на нахождения новых подходов к решению известных проблем и задач. Такие техники, как, к примеру, латеральное мышление или синектика предназначены для выполнения следующих задач: [1]

- чётко сформулировать проблему;
- собрать исходные данные;
- выработать критерии для структурирования исходных данных;
- структурировать исходные данные;
- всесторонне изучить исходные данные;
- расширить отрасль проблематики;
- сформулировать несколько точек зрения на проблему;
- сформулировать максимальное число решений;
- выработать критерии отбора перспективных идей или решений;
- ускорить процесс генерации идеи;
- отбирать действительно выгодные и оригинальные варианты решения проблемы.

Но у подобных техник, являющихся, по своей сути, развитием и дополнением мозгового штурма, тоже есть недостатки. Большинство людей теряются, когда им приходится участвовать в мозговом штурме. Допустим, персонал собирают, чтобы они придумали, как усовершенствовать некий продукт. Если дать волю фантазии, то можно все: сделать вещь крупнее или мельче, легче или тяжелее, изящнее или грубее (или найти еще сотни способов изменить ее внешний вид). Кто-то предложит удешевить продукт или, наоборот, повысить его стоимость, как его разделить на части или, скажем, объединить с другими. А почему бы не изменить предназначение вещи, срок ее жизни, сложность или совместимость с какими-то еще продуктами. Или не подумать, как наладить ее массовое производство, сделать одноразовой или, наоборот, долговечной. Сложно сказать, какое из этих направлений мысли принесет плоды. Мозговой штурм – это техника с отложенной критикой, т.е. в нем «не бывает плохих идей». И это вносит еще большую путаницу. Если людей не направлять, они не поймут, развивать им свою точку зрения или попробовать посмотреть на проблему под иным углом зрения. Они теряются и перестают думать вовсе [2].

Однако существуют подходы, которые представляют собой нечто среднее между двумя крайностями: между «открытым космосом» творческой фантазии и количественным анализом. Если, к примеру, ставить вопросы, которые переводит мысль в новую плоскость, то это не даст людям пропасть в этом «космосе»; это поможет им предлагать и сравнивать варианты, выбирать лучшее. Но задать вопрос – поддела. Не менее важно и то, как будет организован мозговой штурм. Придется устранить препятствия, мешающие свободному течению мысли: скажем, не все любят высказываться, если в группе больше десяти человек. Но прежде необходимо определить, что такое хорошие наводящие вопросы и откуда они берутся.

Один из универсальных вопросов звучит примерно так: «С каким самым большим неудобством люди мирятся, даже не подозревая об этом, пользуясь нашим продуктом или покупая его?» И еще один, к примеру: «Кто не пользуется нашим продуктом по одной-единственной причине?» Хорошие вопросы открывают пылливому уму множество вариантов, не имеющих ничего общего с уже известными решениями, и заводят его в доселе не исследованные уголки целого мира перспективных усовершенствований. Если необходимо создать собственный перечень новых идей, надо всякий раз, как появляется действительно, по вашему мнению, здравая мысль, спрашивать себя: «Что натолкнуло меня на нее?» Иначе говоря, применять принцип «обратной отмотки» к любой удачной идее [3].

Подводя итоги, нужно отметить, что в условиях постоянного научно-технического прогресса, руководитель просто обязан уметь наиболее рационально и в полной мере осваивать имеющиеся на предприятии ресурсы, в том числе человеческие, т.е. эффективно взаимодействовать с персоналом. А это невозможно без правильной социально-психологической мотивации коллективной интеллектуальной деятельности. Применение эвристических техник в управлении позволяет находить решение изобретательских задач любой сложности и направленности, тренировать и грамотно использовать природные способности персонала, с определенной точностью прогнозировать развития технических систем и в целом повышают продуктивность работы в коллективе.

Список использованных источников и литературы

1. Альтшуллер Г. С. Творчество как точная наука. – Петрозаводск: Скандинавия, 2004. –208 с.
2. Койн, Клиффорд, Дай / Harvard Business Review Russia / апрель 2008 – подраздел «Чем может быть плох мозговой штурм».

3. Кудрявцев А.В. Методы интуитивного поиска технических решений (методы анализа проблем и поиска решений в технике). – М.: Речной транспорт, 1991. – 112 с.

КОНФЛИКТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК НОРМА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Каменская К.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В ходе любой совместной деятельности людей происходит взаимодействие и обмен важной и необходимой информацией, а объединяясь в организацию, люди могут достигать общих целей. Для этого любая организация должна иметь эффективную систему внутригруппового воздействия, обеспечивающую в должной мере свободный обмен полезной информацией, в том числе знаниями, идеями и мыслями между ее участниками.

Организация, объединяя разные интересы в направлении одной цели, уменьшая степень разнообразия и унифицируя деятельность людей, потенциально содержит источник конфликтного взаимодействия. Конфликтные ситуации, возникающие в процессе функционирования организации, могут, как препятствовать, так и способствовать эффективной и свободной коммуникации членов организации и деятельности организации в целом. Поэтому важно выявлять причины конфликтов, пути их решения, заниматься профилактикой конфликтного поведения в организации.

На сегодняшний день существует множество определений конфликта, но все их объединяет наличие основного параметра данного вида социальных отношений – противоречие, принимающее форму разногласия. Под конфликтом мы понимаем вид взаимодействия, заключающийся в столкновении противоположных действий, взглядов, идей, точек зрения, планов, а также отсутствие согласия между людьми. В процессе конфликта его стороны могут выражать разные мнения, выявлять альтернативы при принятии решений, в чем заключается положительная сторона конфликтного взаимодействия [1.С.54].

В управленческой конфликтологии понимание природы конфликта связано со следующими факторами: с реакцией на препятствия достижению основных целей трудовой деятельности; с реакцией на препятствия достижению личных целей работников в рамках их совместной трудовой деятельности; с восприятием поведения членов коллектива как несоответствующего принятым социальным нормам совместной трудовой деятельности; с несовместимостью индивидуальных психологических характеристик – резкими различиями потребностей, интересов, ценностных ориентаций, уровня культуры в целом.

В структуре каждого конфликта можно выделить следующие элементы:

- участники конфликта (оппоненты, соперники, противники)
- позиция сторон (внутренняя и внешняя);
- конфликтная ситуация;
- инцидент (действие, направленное на создание конфликта);
- объект конфликта (реально имеющаяся объективная причина конфликта)
- предмет конфликта (внутренняя причина, которую имеет каждый оппонент, вступающий в конфликт);
- развитие и разрешение конфликта [2.С.31].

Среди организационных конфликтов можно выделить личностные (психологические), межличностные (социально-психологические) и социальные конфликты.

Личностный, или психологический, конфликт затрагивает структуру сознания личности (члена организации) и психику человека. Личностные конфликты не могут напрямую воздействовать на процессы, протекающие в организации, однако если они получают распространение и охватывают различные уровни управления в организации, возможны серьезные негативные последствия, вплоть до невыполнения организацией своих задач и даже ее распада. Этот вид конфликтов служит основой для межличностных и социальных конфликтов.

Межличностный, или социально-психологический, самый распространенный тип конфликта. В организациях он проявляется по-разному. Однако, причина конфликта – это борьба за ограниченные ресурсы (материальные средства, оборудование, производственные площади, рабочую силу и т. п.). Конфликты возникают также между руководителем и подчиненным, например, когда подчиненный убежден, что руководитель предъявляет к нему непомерные требования, а руководитель считает, что подчиненный не желает работать в полную силу.

Межгрупповой (социальный) конфликт возникает в тех случаях, когда интересы между формальными или неформальными группами (т.е. социальными общностями, способными на совместные скоординированные действия), вступают в противоречия. Основой межгруппового конфликта часто бывает межличностный конфликт, так как индивиды всегда пытаются получить поддержку и ресурсы со стороны своего социального окружения.

Все организационные конфликты выполняют три основные функции: информационную, интеграционную и инновационную. Информационная функция конфликта в организации заключается в том, что она позволяет более глубоко оценить индивидуально-психологические особенности участвующих в нем людей, их ценностные ориентации, психологическую устойчивость к стрессовым факторам. Интеграционная функция конфликта позволяет ослабить психическую напряженность, расширить сферу и способы взаимодействий с окружающими, сплачивает группу перед лицом внешних трудностей. Конфликт в организации служит источником развития личности, может улучшать качество индивидуальной работы, способствовать созданию новых, наиболее благоприятных условий, к которым легче адаптироваться членам коллектива, в чем заключается инновационная функция конфликта [2.С.122].

Конфликтные ситуации могут являться точками роста и развития организации, могут дать существенный толчок для формирования в ней новых отношений. Для этого требуются два значимых условия: во-первых, формирование позитивного отношения к конфликтам и умения «видеть» в конфликтах конструктивное начало; во-вторых, формирование умения анализировать конфликтные ситуации, управлять ими, расширение методов разрешения конфликтов, а также соблюдение принципов, способствующих разрешению конфликта (табл. 1) [4.С.94]

Таблица 1. «Принципы разрешения конфликта»

Принцип разрешения конфликта	Приемы применения принципа в практике урегулирования конфликтного взаимодействия
Институционализация конфликта (установление норм и процедур урегулирования или разрешения конфликта)	ограничение количества участников и сфер проявления конфликта; принятие всеми сторонами определенных правил разрешения конфликта – организационных и (или) этических норм, четких договоренностей и т.д.; контроль со стороны третьих лиц (государственных органов, арбитров и т.п.)
Структурирование конфликтующих групп	определение состава участников конфликта, представителей (лидеров) соперничающих групп, различных центров группового влияния и их силы
Отделение людей от проблемы	демонстрация готовности разобраться с проблемой; твердость по отношению к проблемам и мягкость по отношению к людям
Предложение взаимовыгодных вариантов	разработка широкого круга вариантов; поиск взаимной выгоды; выяснение предпочтений другой стороны
Внимание интересам, а не позициям	фиксация базовых интересов; поиск общих интересов; признание интересов оппонента частью проблемы
Использование объективных критериев	разработка по каждой части проблемы объективных критериев; использование справедливых критериев; использование нескольких критериев
Редукция конфликта	последовательное ослабление конфликта путем перевода на более мягкий уровень противоборства или противостояния

Как можно заметить из анализа принципов разрешения конфликта, управление конфликтом – это целенаправленное воздействие по устранению или минимизации причин, породивших противоречие, а также воздействие на коррекцию поведения участников конфликта.

Для разрешения конфликтов в организации выделяют пять основных стратегий, представляющих собой основные линии поведения:

1. Соперничество – навязывание другой стороне выгодного для себя решения. Такое поведение оправдано в случаях явной конструктивности предлагаемого решения, выгоды результата для всей организации, а также важности результата конкурирования для того, кто реализует эту стратегию.

2. Компромисс состоит в частичных уступках и отказе от части требований, которые ранее выдвигались, в готовности признать претензии другой стороны обоснованными. Компромисс эффективен в случаях равных возможностей сторон, наличия взаимоисключающих интересов или угрозы потерять больше, чем приобрести.

3. Приспособление или уступка является вынужденным или добровольным отказом от конкурирования и своих позиций. Применяется в случае осознания человеком собственной неправоты, необходимости сохранения хороших отношений с другими, зависимости от них, несерьезности проблемы.

4. Уход от решения проблемы или избегание – тенденция выхода из конфликта при минимальных потерях после неудачных попыток реализовать интересы с помощью активных стратегий.

В этом случае речь идет об угасании конфликта. Стратегия применяется при отсутствии сил и времени для устранения противоречий, стремлении выиграть время, наличии трудностей в определении линии своего поведения, нежелании решать проблему.

5. Сотрудничество – наиболее эффективная стратегия поведения в конфликте при конструктивном обсуждении проблемы.

Выбор стратегии решения конфликта зависит от различных факторов, указывающих на личные особенности индивида, наличие ресурсов, статус, возможные последствия, серьезность решаемой проблемы, продолжительность конфликта [3.С.118].

Наиболее вероятным считается компромисс, потому что шаги навстречу позволяют достичь ассиметричного (одна сторона уступает больше, другая – меньше) или симметричного (стороны делают примерно равные взаимные уступки) соглашения [4.С.128].

В целом, современным руководителям необходимы знания и навыки по управлению конфликтами в организации, их прогнозированию, поскольку конфликт является неотъемлемой частью жизнедеятельности организации, и поэтому важно вовремя предотвращать конфликты, выводить людей из состояния вражды, разрешать споры.

Список использованных источников и литературы

1. Ратников В.П., Голубь В.Ф. Конфликтология: Учебник для вузов / Под ред. В.П. Ратникова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 206 с.
2. Кошелев А.Н., Иванникова Н.Н. Конфликты в организации: виды, назначения, способы управления. – М.: Альфа Пресс, 2011. – 216 с.
3. Моргунов Е.Б. Организационное поведение // Конфликт: предотвращение и управление. – М.: Москва, 2004. – 187 с.
4. Цыбульская М.В. Яхонтова Е.С. Конфликтология. – М.: Москва 2001. – 241 с.

МОТИВАЦИЯ РЕЛИГИОЗНОЙ ВЕРЫ

Климюк Е.Ю., студент

Томский политехнический университет

Вопросы мотивации религиозной веры все чаще поднимаются в нашем обществе. Эта тема актуальна сейчас, потому что под религией подразумевается социальная подсистема, она имеет сложную структуру и занимает важное место в нашем современном обществе и выполняет определенный ряд функций. Эта подсистема находится в непрерывном контакте с другими подсистемами и испытывает их влияние, изменяется и развивается. Чтобы не утрачивать признака научности, должно уточняться само понятие «религия», так как религия России – это совокупность религиозных течений, которые и утвердились на территории РФ в течение многих лет. Основными религиями в России являются христианство, а также ислам и буддизм. Но в то же время, в России есть и часть неверующего населения.

Одной из мотиваций может быть вера в Бога, которая выделяет идеал, который определяет смысл жизни человека в ее индивидуальных, каких-либо личных и общечеловеческих, а также социальных параметрах, а значит и дает сильную, мощную мотивацию для развития любой личности и в духовном, и в моральном плане. В России после развала СССР русский народ пошел массами в православие, сравнивая его даже с русским национальным самосознанием, а остальные подались в ислам, буддизм, и иудаизм. Посещение церкви, мечети или синагоги, крещение или обрезание детей и религиозный брак стали почти обязательными. И среди людей очень образованных, а точнее людей свободных и разных профессий, и среди научной интеллигенции стало модным и чуть ли не обязательным клясться в веру в Спасителя, Создателя, и многозначительно показывать пальцем в небо, пытаясь связать мораль и духовность с религией и церковью. А те, кто ещё сохранили какое-то уважение к науке, но поддались стадному инстинкту, заговорили о «высшем разуме», «умном дизайне», «всеобщей программе развития» и прочих неопределимых, но весьма «духовных» понятиях.

Президент России, где по Конституции религия отделена от самого государства (благословенное наследие века Просвещения), постоянно посещает все религиозные праздники, телевидение это все широко освещает, чтобы весь народ знал, какой у него высокодуховный и православный президент. В школах пока ещё преподают дарвинизм, но уже обязательно преподают предмет «история религий». В бывших мусульманских окраинах России происходит то же самое с исламом. В течение второй половины 20 века ислам появился и в Европе и в США, и сейчас во всём мире он считается агрессивно - воинственным, активно вербуя новых приверженцев и используя любые самые вздорные поводы, вроде публикации безобидных карикатур в какой-нибудь датской газете, для того, чтобы возбудить и довести до фанатичного исступления толпы и погромами демонстрировать всю свою силу. Но не только в исламе, но и в христианстве и в иудаизме возобладал фундаментализм. «В цитадели демократии – США-христианские теократы в лице Дж. Буша пришли к власти» [1]. И конец двадцатого века запомнился большим количеством случаев кровавой межрелигиозной резни (сейчас это называется этническими чистками, так как абсолютно любое напоминание о религии с негативными оттенками – это запрет!) и

появлением такого грозного фактора огромного мирового масштаба, как терроризм ислама и религиозный экстремизм.

Так что же побуждает людей податься в веру? Ведь, можно и без Бога что-то делать, быть хорошим человеком. Но в этой жизни мы все равно приходим к этим заповедям – любовь (к детям, семье, родителям) является основополагающей в этой жизни (из Библии «Бог есть-Любовь»). Если пользоваться личными мотивациями, очень легко скатиться к бытовой стороне жизни (Ну подумаешь, соврал, обманул, обидел. Просто бизнес, ничего личного.) А потом жизнь (Бог) все-равно наказывает. Можно верить в Бога, но в церковь не ходить. Так сказать общаться без посредников. Но, учитывая последние исследования ученых, создавших теорию поля, в храм ходить нужно, в храме, за счет положительного резонанса мыслей верующих создается определенная атмосфера, происходит полевая настройка организма. Верующие ощущают «Благодать». Поэтому происходят исцеления и чудеса. Людям жить с Богом гораздо легче. В трудных ситуациях можно с молитвой обратиться. К тому же все люди смертны...И что их там ждет? Атеиста-мрак и смерть. А верующего-иной мир. А это дает смысл и надежду человеческой жизни.

В заключении хотелось бы сделать вывод. «Религия в нашем современном мире играет определенную роль в обществе и выполняет ряд функций, например, мировоззренческую, компенсаторскую, коммуникативную и регулятивную.

А религиозной области в жизни общества нашего современного мира присущи важнейшие изменения:

1) Секуляризация – такой процесс, в котором происходит процесс снижения важности религии в сознании людей и в жизни общества в целом; происходит переход от общества, которое регулируется преимущественно религиозной традицией, к светской модели общественного устройства и на основе внерелигиозных норм. Политика государства, которая направлена на уменьшение влияния религии, а также роли религии (например, секуляризация образования).

2) Фундаментализм – это тенденция, которая выражает отрицательную реакцию большинства религиозных кругов на секуляризацию, то есть, эмансипацию науки, общественной жизни и культуры от религии, что как раз-таки и стало причиной маргинализации последней.

3) Появление в обществе новых движений религии.

4) «Религия и «конфликт цивилизаций», который связан с глобализацией. Религия является подсистемой нашего общества и занимает в нем определенное важное место» [2].

Мир сегодня является поликультурным и поликонфессиональным и это как раз создает большую проблему взаимоотношения разных религий. Существует взаимное недопонимание между представителями разных традиций религии. Кроме этого, некоторые религии приобретают политическое значение, участвуя в «конфликте цивилизаций». Эта проблема может решаться лишь только на путях утверждения принципа взаимной терпимости и уважения, а также активизации межрелигиозного диалога. Таким образом, в настоящее время религия выполняет функцию притупления насущных проблем, прикрытие недовольств и лишений, подменой реальных благ обещанием мифических воздаяний и компенсаций.

Список использованных источников и литературы

1. Радугин А.А. Введение в религиоведение. – М.: Москва, 2000.
2. Гараджа В.И. Религиоведение. – М.: Аспект Пресс, 1995.

ИНТЕРНЕТ-ПИРАТСТВО В РОССИИ

Котова К.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В сети интернет существует такая проблема как пиратство. В связи с этим эта проблема носит актуальный характер и вызывает большой интерес у многих авторов, таких как: Е. Яковлев, О. Глухих, Р. Дорохов, П. Рассудов, С. Шакиров, А. Виноградов, Е. Ершов и многие другие.

В работах данных авторов показываются различные трактовки на понятия «интернет пиратство». В работе Е. Яковлева, используется понятие интернет пиратство как размещение коммерческих программных продуктов, которые не являются общественным достоянием или субъектом свободного распространения в Интернете, чтобы любой человек мог загружать или копировать коммерческое программное обеспечение с использованием интернет – службы [3]. Интернет-пиратство также включает в себя открытие доступа к контрафактному софту или выставление его на продажу через Интернет [1]. Проблемами, близкими к пиратству являются киберсквоттинг и тайпсквоттинг. Название произошло от слова «сквоттинг», означающего самовольное поселение [2]. Суть первой проблемы заключается в том, что происходит регистрация доменных имён с целью их дальнейшей перепродажи. А тайпсквоттинг является разновидностью киберсквоттинга. В свою очередь, тайпсквоттинг предполагает регистрацию доменных имён, близких по написанию с адресами популярных сайтов в расчёте на ошибку части пользователей. Например, «wwwsite.ru» в расчёте на пользователя, который хотел попасть на «www.site.ru». При близости к очень популярным доменам тайпсквоттер может собрать на своём сайте

некоторый процент «промахнувшихся» посетителей и за счёт показа рекламы заработать денег. Таким образом, киберсквотеры и тайпсквотеры зарабатывают необоснованную прибыль, которая по логике должна принадлежать правообладателю. Остро стоит вопрос касающийся контрафактной интернет продукции. Мошенники вводят в заблуждение покупателей интернет магазинов, продавая под видом качественного товара контрафактную продукцию. Проблема кроется в том, что люди хотят купить качественный товар по низкой цене, благодаря чему создаётся почва для интернет-мошенничества. Данная проблема заключается в том, что зачастую, что у покупателя нет никаких гарантий: люди могут проверить товар, только тогда, когда они его получают.

Существование «интернет-пиратства», как утверждают сами «пираты», обусловлено отсутствием альтернативных легальных схем потребления контента в сети интернет. Но такое заявление очень глупо, поскольку в действительности именно количество того самого пиратского сообщества делает невозможным развитие и существование легальных схем потребления контента [3].

Сложившаяся ситуация приводит к огромному количеству негативных последствий. Но, не смотря на это, существует два основных плюса.

Таблица 1. «Оценка пиратства в интернете»

Положительные стороны интернет-пиратства	Отрицательные стороны интернет-пиратства
1. Бесплатно	1. Правообладатель теряет доход
2. Легкодоступно	2. Нет стимула к развитию
	3. Уклонение от налогообложения

Пиратство является серьезной проблемой для индустрии программного обеспечения. Высокий уровень распространения пиратских копий в интернете является серьезным препятствием для развития этой индустрии и не позволяет этой отрасли экономики полностью реализовывать свой потенциал.

Нарушители авторских прав ставят под угрозу прогресс и новаторство, лишают разработчиков и правообладателей тех выгод, которые они должны были бы получить благодаря их интеллектуальной деятельности. Кроме того, подорван потенциал роста экономики в целом, поскольку он в определенной части зависит от развития индустрии производства интеллектуального продукта. Пиратство дорого обходится всему российскому сообществу. Это и не созданные рабочие места, и низкие зарплаты, и несобранные налоги, и отсутствие инвестиций в информационные технологии [4].

Пиратство ставит под угрозу ценность и целостность интеллектуального продукта, подрывая его новаторство и сокращая экономические возможности, создаваемые индустрией кино, музыки, программного обеспечения, и одновременно создавая дополнительные риски для пользователей.

Нарушение авторских прав в сети интернет оборачивается потерями сотен рабочих мест, миллионами незаработанных средств и неполученными налоговыми поступлениями.

Создание развитого легального рынка контента позволило бы физическим лицам получить доступ к большому количеству качественных (с качественным видеорядом, качественным многоголосым озвучиванием и т.п.) произведений, в том числе обучающих и культурных, без угрозы привлечения таких физических лиц к ответственности.

Из обзора по пиратству в России и странах СНГ «Антиконтрафакт-2012» видно, что наибольшее количество пиратских сайтов среди стран СНГ приходится на РФ.

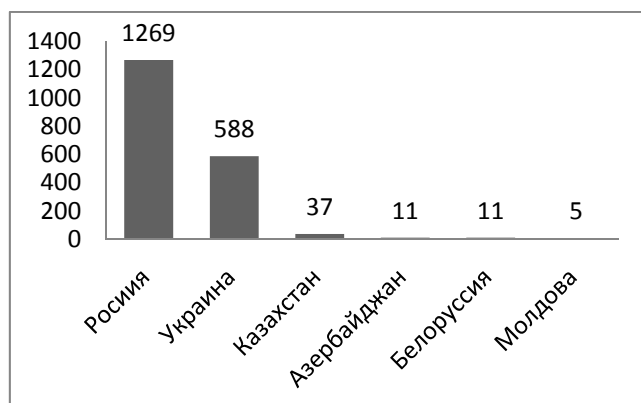


Рисунок 1. «Пиратские сайты среди стран СНГ» [6]

В странах СНГ действуют около 2500 сайтов, распространяющих нелегальную аудио- и видеопродукцию. На эти ресурсы приходится 93 % размещения нелегального контента, а это почти 99% всего «пиратского» трафика. При этом, если в 2010 году 81 % контента скачивался с файлохранилищ, 14% приходилось на онлайн-просмотры и 5% на торренты, то в 2012 году это соотношение радикально изменилось: доля онлайн-просмотров в нелегальном потреблении выросла до 38 %, а процент по торрентам поднялся на четыре пункта – до 9 %. На трекеры пришлось до 55 % нелегального «рынка» [5].

Необходимо учитывать то что, использование нелицензионного (или пиратского) программного обеспечения – это правонарушение или преступление, за которое пользователь может быть привлечен к административной ответственности по ст. 7.12, ст. 13.33 КоАП РФ; к уголовной ответственности по ст. 146 УК РФ. Ответственность у интернет-пиратов может наступить и по Гражданскому Кодексу РФ, когда нарушены права и законные интересы разработчиков программного обеспечения.

Если не касаться деликтной стороны законодательства, то данная область правоотношений регулируется следующими нормативно правовыми актами: ГК часть 4; Федеральный закон от 29 июля 2004 г. N 98-ФЗ «О коммерческой тайне»; ст. 38 НК.

Что касается западных стран защита прав интеллектуальной собственности представляет собой важный элемент политики. Такая защита стимулирует исследования, технологические новшества и творческие разработки, поскольку позволяет отдельным лицам и компаниям в полной мере получать удовлетворение от своих творческих усилий. Подход Западных стран к усилению защиты прав интеллектуальной собственности за рубежом состоит в следующем:

1. В стремлении повысить международные стандарты защиты посредством международных соглашений и с помощью международных организаций;

2. В усилиях по совершенствованию мер, связанных с защитой прав интеллектуальной собственностью и исполнением соответствующих соглашений, при проведении двусторонних переговоров со своими партнерами [7].

Например, законодательство США делает защиту интеллектуальной собственности одним из критериев служащим для оценки права стран на получение экономических льгот в рамках Генеральной системы преференций США и Инициативы Карибского бассейна.

Что касается опыта, в Азиатских стран, то например, в Японии, видно, что они придерживаются более жестких мер. Так с 2010 года запрещено нелегальное скачивание файлов. Тем, кто скачивает интернет-файлы с нарушением авторских прав, грозит до двух лет лишения свободы или штраф до 2 млн. иен (25700 долларов).

Таким образом, можно сделать вывод, что с проблемой интернет пиратства необходимо бороться, так как она влечет за собой огромное количество негативных последствий – страдает экономика в целом. Построение легального Интернета очень важно для нормального развития России и для поддержания ее авторитета на международном уровне.

Список использованных источников и литературы

1. Пиратство в интернете – URL: <http://belinter.net/docs/internet-piratstvo>
2. ФАС России будет пресекать недобросовестную конкуренцию при регистрации и администрировании доменных имен в Интернете // сайт Федеральной антимонопольной службы. 2012. – URL: http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_31148.html
3. Яковлев А., Власова М. «Интернет-пиратство» в России и проблемы существования «легального» сегмента сети – URL: <http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=135146>
4. Ущерб от компьютерного пиратства: цифры и факты //сайт корпорации Adobe Systems – URL: http://www.adobereal.ru/legal/damage_caused_by_piracy_facts_and_figures.php
5. Последние тренды пиратской индустрии – URL: <http://ruprotect.com/ru/news/poslednie-trendy-piratskoj-industrii/>, статистика http://ruprotect.com/static/news_pdf/62_ru.pdf
6. Обзор по пиратству в России и странах СНГ. «Антиконтрафакт-2012» – URL: <http://ruprotect.com/ru/news/obzor-po-piratstvu-antikontrafakt-2012/>
7. Защита интеллектуальной собственности // Портал Алтайской Государственной Академии Образования имени В.М. Шукшина – URL: http://www.bigpi.biysk.ru/aaa/BCE/economy/ipr_r.pdf

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Кривченко К.М., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Регулирование доходов при всех экономических системах является составной частью социально-экономической политики, направленной на повышение доходов населения, уровня его жизни, на оптимизацию рыночных законов в целях развития экономики в целом.

Основным методом регулирования доходов и заработной платы является законодательный, включающий разработку и принятие законодательных и нормативных актов. Среди значимых законодательных актов для регулирования доходов могут быть отмечены: Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс, Кодекс законов о труде, указы Президента Российской Федерации и Постановления Правительства РФ [1].

К экономическим методам регулирования, кроме регулирования минимальной заработной платы, относятся

- налоговая политика;
- политика регулирования цен;
- оплата труда предприятий бюджетной сферы.

Следующим методом регулирования доходов является административный метод, в основе которого лежит использование сил административных и местных структур власти, которые действуют через запреты, разрешения и принуждения.

При переходе к рыночной экономике происходит:

- отмирание прежних административных мер и получают развитие новые;
- возникли административные меры контроля деятельности монополий и монопольных рынков;
- контроля потребительских качеств продукции и товаров;
- нормы прибыли и контроля цен.

В свободном рыночном хозяйстве распределение доходов предоставлено только рыночному механизму и взаимодействию предложения и спроса. В социальном рыночном хозяйстве несправедливость, вытекающая из рыночного механизма, должна сглаживаться за счет:

- прогрессивного подоходного налога (= относительно более высокое налогообложение больших доходов или относительно более низкое налогообложение низких доходов);
- пособий на детей;
- государственных пособий для покрытия расходов по найму жилья [2];

Социальное неравенство в распределении доходов [3.С.526].

При формировании доходов сохраняются условия неравенства их распределения между семьями и группами населения. Это обусловлено тем, что население формирует свои доходы в основном за счет трех главных источников: заработная плата; доходы от собственности (дивиденды, проценты, рента); доходы в виде социальных выплат (пенсии, пособия уходу за детьми, пособия по безработице и т. д.).

Дифференциация доходов населения – выделение различных слоёв и групп населения в зависимости от уровня доходов. В качестве показателя характеризует степень неравномерности распределения доходов. Различие в доходах играет определяющую роль в существовании социально-экономического неравенства.

Для оценки дифференциации доходов используется множество инструментов. В частности, распространёнными являются кривая Лоренца и, рассчитываемый на её основе, коэффициент Джини. Так, в России коэффициент Джини в 2011 году составлял 0,43 (по другим исследованиям 0,6), что выше среднего показателя по ОЭСР.

На неравенство доходов оказывают влияние личностные особенности (способности, образование, мотивация к труду), условия жизни (начальные, владение собственностью, место проживания), случайные факторы.

Социальное неравенство – форма дифференциации, при которой отдельные индивиды, социальные группы, слои, классы находятся на разных ступенях вертикальной социальной иерархии и обладают неравными жизненными шансами и возможностями удовлетворения потребностей.



1) Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы «DEMETRA 2.2». При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена [4].

Рис 1. «Реальные располагаемые денежные доходы населения»

Основными принципами проведения социальной политики являются:

1. установление социалистической власти с последующим переходом на коммунизм и отмиранием государства;
2. защита уровня жизни путем введения разных форм компенсации при повышении цен и проведение индексации;
3. обеспечение помощи самым бедным семьям;
4. выдача помощи на случай безработицы;
5. обеспечение политики социального страхования, установление минимальной заработной платы для работающих;

6. развитие образования, охрана здоровья, окружающей среды в основном за счет государства;
7. проведение активной политики, направленной на обеспечение квалификации.

Выводы:

1) В январе-сентябре 2012 г. уровень среднемесячной начисленной заработной платы работников здравоохранения и предоставления социальных услуг составил к ее уровню в обрабатывающих производствах 82%, работников образования – 75% (в январе-сентябре 2011 г. – соответственно 79% и 69%).

Просроченная задолженность по заработной плате (по данным, полученным от организаций, кроме субъектов малого предпринимательства). Суммарная задолженность по заработной плате по кругу наблюдаемых видов экономической деятельности на 1 ноября 2012 г. составила 2290 млн. рублей и по сравнению с 1 октября 2012 г. увеличилась на 56 млн. рублей (2,5%).

Объем просроченной задолженности по заработной плате, сложившийся на 1 ноября 2012 г., составлял менее 1% месячного фонда заработной платы работников наблюдаемых видов экономической деятельности.

2) На 1 ноября 2012 г. просроченная задолженность по заработной плате по сравнению с 1 октября 2012г. снизилась в 37 субъектах Российской Федерации, выросла – в 34 субъектах, отсутствовала – в 11 субъектах, осталась без изменения – в 1 субъекте Российской Федерации.

Задолженность из-за несвоевременного получения денежных средств из бюджетов всех уровней по кругу наблюдаемых видов экономической деятельности на 1 ноября 2012 г. составила 92 млн.рублей, или 4,0% общего объема просроченной задолженности по заработной плате.

Из общего объема задолженности из-за бюджетного недофинансирования 90,0% приходилось на федеральный бюджет, 4,1% – на бюджеты субъектов Российской Федерации и 5,9% – на местные бюджеты. При определении задолженности из федерального бюджета организациями учитываются невыплаченные своевременно средства федерального бюджета, относящиеся, в соответствии с бюджетной классификацией, к статье «оплата труда», а также суммы оплаты труда, предусмотренные за выполнение государственных заказов и целевых производственных программ, финансируемых из федерального бюджета.

Из общей суммы просроченной задолженности 442 млн. рублей (19,3%) приходится на задолженность, образовавшуюся в 2011 г., 447 млн. рублей (19,5%) – в 2010г. и ранее.

3) Из общей суммы просроченной задолженности из-за несвоевременного получения денежных средств из бюджетов всех уровней 81 млн. рублей (89%) составляла задолженность за выполнение государственных заказов и оказание услуг бюджетным организациям.

На 1 ноября 2012г. просроченная задолженность по заработной плате из-за несвоевременного получения денежных средств из бюджетов всех уровней отсутствовала в 72 субъектах Российской Федерации, образовалась – в 3 субъектах Российской Федерации.

Задолженность по заработной плате из-за отсутствия собственных средств организаций за октябрь 2012г. увеличилась на 4 млн. рублей (0,2%) и на 1 ноября 2012г. составила 2198 млн. рублей [2].

Список использованных источников и литературы

1. Информация о социально-экономическом положении России – 2012 год «Федеральная служба государственной статистики» – URL: <http://www.fsgs.ru/> (дата обращения: 07.11.2012)
2. Шкаратан О.И. Социология неравенства. Теория и реальность. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 526 с.
3. Данканич С.А. Неравенство доходов населения: виды и последствия / Проблемы современной экономики. – № 3 (п.39). – 2011
4. 2001 – 2012 Федеральная служба государственной статистики – URL: <http://www.gks.ru/>(дата обращения: 07.11.2012)
5. Николаева И.П. Экономическая теория: словарь-справочник. – М.: Проспект, КНОРУС, 2011. – 160 с
6. Дифференциация доходов населения / Словарь по экономике и финансам – URL: <http://www.glossary.ru/>(дата обращения: 09.11.2012)

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КРИЗИС. ОСНОВНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

Кудрявцева А.Ф., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В широком смысле мир – это мир Природы, который человек освоил, познавая ее законы и употребляя их для изменения Природы в собственных целях. Это мир разумной деятельности, в котором все происходящее требует доказательств. Этот мир суров, в нем нельзя просто так сказать: «я знаю», требуются доказательства или же практическая проверка, приведение фактов. Это мир, в котором наиболее ценятся знания, которые представляются людям в доступном виде для их понимания и повторения. Они теряют свой индивидуальный характер, и превращается в часть общего опыта. Этот мир обезличен, в нем не существует индивидуальной логики, существует только логика, общая для всех, либо отсутствие логики.

До появления человека и его деятельности в живом мире существовала экологическая гармония. С появлением же человека в мире начинается процесс срыв этой самой гармонии и гармонического равновесия.

Процесс нарушения экологического равновесия начался еще 40 тыс. лет назад, когда человек научился мыслить, создавать орудия труда, использовать природные ресурсы для производства предметов и средств для жизни.

Революции в промышленности способствовали не только прогрессу в научной сфере, но и оказали пагубное влияние на окружающую среду. В это время состояние среды обитания стало намного ослабленным. В результате добычи угля и нефти, приходилось вырубать лесные массивы, в больших городах началось сильное загрязнение воздуха. Стоки промышленных предприятий стали поступать в реки, тем самым загрязняя их, что в итоге приводит к гибели рыбы [2].

По мере смены одной цивилизации другой, поглощение природного пространства обществом постоянно увеличивалось, в большей степени из-за развития промышленности, роста населения и миграции. Ритм и характер эволюции хозяйственной системы просто невозможны без нарушения темпов существования окружающей среды, а также экологического равновесия.

В наше время мы являемся свидетелями разрушения системы биологических процессов Природы, зарождения дисбаланса продуктов синтеза и размещения веществ в биосфере, которые приводят биосферу к утрате возможности поддерживать свою систему самовосстановления.

Среди наиболее радикальных изменений окружающей среды можно отметить:

- Уменьшение площади естественных экосистем со скоростью 0,5 – 1% в год (к началу 90-х годов XX века сохранилось всего около 40% естественных экосистем). В перспективе это направление останется, если человечество не предпримет соответствующие меры.

- Увеличение концентрации парниковых газов от десятых долей до 1% и больше ежегодно. Эта тенденция сохраняется и на ближайший период. Вдобавок обозначается ускорение роста концентрации углекислого газа и метана в результате интенсивного разрушения биоты.

- Непрерывное истощение озонового слоя на 1 – 2% в год, при этом увеличиваются размеры озоновой дыры. В настоящее время планируется исключить выбросы хлорфторуглеродов в атмосферу, но даже это не предотвратит это истощение, и оно будет продолжаться.

- Значительное уменьшение площади лесов (например, в Бразилии), а также увеличение площади пустынных зон, повышение уровня океана (на 1 – 2 мм. в год), вымирание неких биологических видов. [3].

Замечается рост числа новых заболеваний и ухудшение качества жизни, виной чему выступает загрязнение окружающей среды.

К сожалению, все эти направления и тенденции ускорения развития этих процессов остаются неизменными, сохраняются, и происходит только ухудшение экологической ситуации в мире.

Естественные экосистемы находятся в постоянном состоянии динамического равновесия. Поэтому некоторые определенные нагрузки могут способствовать увеличению полезной продуктивности отдельных экосистем. Из этого следует один из важных выводов, что не нужно целиком воздерживаться от техногенного и других воздействий на экосистемы из-за страха перед их изменчивостью. Необходимо устремлять все усилия на тщательное изучение предполагаемых нагрузок на них. Одно из важных условий устойчивого развития современного общества – это аргументированное управление этими нагрузками.

За последние десять лет произошли наиболее негативные изменения окружающей среды, причиной которых являются покорительское отношение к биосфере, стихийные бедствия, техногенные аварии, а также ускоренное возрастание масштабов хозяйственной деятельности человека.

В настоящее время преобладает мнение, что сейчас закончилась только первая волна экологического кризиса, которая затронула ряд стран. В ближайшее время ожидается вторая волна, которая охватит в основном страны бывшего социалистического лагеря и страны третьего мира [1].

Список использованных источников и литературы

1. Акимова Т.А., Хаскин В.В. Экология. – М., 1999. – С. 55
2. Маркович Ж.Д. Социальная экология. – М., 1991.
3. Красимов В.Н. Охрана природы, принципы, проблемы, приоритеты. – М., 1992. – С. 28

ПРОЦЕСС РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ

Кудрявцева А.Ф., Дубинец Ю.В., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время в России наиболее актуальным является вопрос воздействия миграции на развитие страны. Страна, став одним из мировых лидеров по уровню миграции (особенно нелегальной), подошла к пониманию насущной необходимости проведения реформ в миграционной политике. Политические и экономические кризисы не позволяли увидеть эту сложнейшую проблему на протяжении многих лет. Теперь же она выступает в качестве фактора, подрывающего экономическую и социально-политическую сферы. Ведь именно нелегальная миграция воспроизводит негативные процессы в обществе. Сегодня очень важно выработать рекомендации по формированию миграционной политики в России, опираясь на исторические опыты страны и учитывая миграционные воздействия на развитие [1].

Наблюдая за тенденциями Российских миграционных процессов в настоящее время, которые отражают неустойчивость и непредсказуемость многих сторон нашей жизни, необходимо разделять те тенденции, которые являются результатом естественного хода развития жизни общества, тенденции, сформированные ранее и имеющие положительные, а также отрицательные черты. Также необходимо определить новые тенденции, которые будут представлять положительный переход к рыночным отношениям или к наиболее интенсивному типу развития экономики.

Внутренняя миграция населения является преобладающим элементом в миграционных процессах различных регионов страны, ее масштабы, курсы и течение значительно влияют на перераспределение численности населения в России. Поток внутренней миграции направлен в основном с севера и востока в центр. Миграционные полюса образованы двумя округами – Центром, куда направлена основная масса населения с территории страны, и Дальним Востоком, отдающим население во все регионы.

Дальний Восток и Сибирь лишились свыше 350 тыс. своих жителей, что составляет больше половины (а именно 52%) переназначенного между округами населения. Около 70% полного сокращения численности населения Дальневосточного федерального округа и примерно 40% Сибирского федерального округа сформировалось благодаря миграционному взаимобмену населением между округами.

Внешняя миграция 2009 года насчитывала всего 15% от общего оборота миграции, тем не менее, именно она влияет на изменение численности населения во всей России [3].

На объемы международной миграции, которые принимаются во внимание статистикой, в наибольшей степени оставляют отпечаток изменения в законодательстве. К примеру, острое сокращение прибывшего населения в 2001 г. разъясняется ограничениями, принятыми при приеме граждан стран СНГ. В дальнейшие годы в статистический учет вносились данные о всех гражданах России, которые прибыли на постоянное место жительства из-за пределов страны, а также граждане иностранных государств и лица без гражданства, которые получили вид на жительство. Данная ситуация обусловила минимизацию потоков учитываемых мигрантов – численность этих мигрантов была наименьшей за последние 45-50 лет. С начала 2010 года в статистический учет вписываются лица без гражданства и иностранные граждане, которые впервые получили разрешение на временное проживание. В итоге число иммигрантов увеличилось более, чем на сто тысяч (54%). Вместе с этим в 1,5 раза увеличился поток иммигрантов из стран дальнего зарубежья, а также из стран СНГ.

Южный, а также Северокавказский федеральные округа наиболее заманчивы для иммигрантов из дальнего зарубежья, где их часть составляет 12,6% и 7,8%. Вдобавок надлежит учитывать, что значительный поток иммигрантов в данные федеральные округа основывают прибывшие из Грузии, которая в настоящее время не представляется членом Содружества Независимых Государств [5].

Ученная эмиграция, протяженностью два десятилетия, ежегодно становится меньше. Вместе с этим ее структура по странам ожидаемого проживания кардинально меняется.

Увеличение эксплуатации иностранной рабочей силы в Российской экономике как результат внедрения страны в систему международного рынка труда предопределено целым рядом факторов.

С точки зрения экономики причины внешней торговой миграции в нашей стране можно представить в виде двух основных – состоянии рынка труда и межстрановым различиям в уровнях заработной платы. Одним из первых наиболее важных факторов трудовой миграции в Российскую Федерацию является условная привлекательность уровня жизни, шансы получения высоких заработных плат. Вторым из наиболее важных факторов, который определяет наплыв трудовых мигрантов, является ситуация на рынке труда стабильный спрос на иностранную рабочую силу в Российской Федерации,

которые сохраняют наибольшую вероятность занятости для иностранных граждан в формальном, а также неформальном секторах экономики [2].

Главным в миграционной политике является упорядочение трех фаз миграционного цикла, которые содержат выбывание рабочей единицы из страны, возвращение на родину и жизнь за границей. Как правило, этот корректив выражается в последующих нормах:

- Гарантия прав рабочим на свободное передвижение и трудоустройство;
- Обеспечение реэмигрирования мигрантов на родину;
- Гарантия притока денежных переводов трудящихся мигрантов в страну.

Система регулирования процессов миграции включает в себя основные направления деятельности органов государственной власти Российской Федерации в сфере управления делами миграции. Это представляет собой описание современной миграционной ситуации, основные направления данной деятельности, функции и принципы управления миграционными процессами, задачи, цели и, самое главное, механизм реализации.

Подвижность населения и ресурсов труда – одна из самых важных характерных черт современной демографии. Страны-импортеры и страны-экспортеры трудовых ресурсов, международные организации по миграции улучшают законодательство страны, механизм регулирования миграционных процессов, следуя принципам свободы, демократии и учету национальных особенностей [4].

Список использованных источников и литературы

1. Зайончковская Ж.А. Трудовая миграция в СНГ с позиций общества, семьи и личности // Миграция населения. – Вып.2: трудовая миграция в России. Приложение к журналу «Миграция в России» / под общ. ред. О.Д. Воробьевой. – М., 2007. – С. 3-27
2. Витковская Г.С. незаконная миграция в России: ситуация и политика противодействия // Нелегальная иммиграция / Научная серия: Международная миграция населения: Россия и современный мир. – 2008. – В. 9. – С. 14
3. Моисеенко В. Снижение масштабов внутренней миграции населения России: опыт оценки динамики по данным текущего учета. // Вопросы статистики. – 2008. – №7 – С. 47-56
4. Регент Т.М. миграция в России. Проблемы государственного регулирования. – М., 2009
5. Рыбаковский Л. Рязанцев С.Б. Международная миграция в Российской Федерации – URL: www.isprg.ru

РОЛЬ РЕЛИГИОЗНОГО ОПЫТА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Куриц В.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Во все времена религия играла огромную роль в жизни человека, судьба общества пронизана явлениями религии на всех стадиях и ступенях своего развития. Человек прошел путь от праотцов верований таких как магия, шаманизм, анимизм, фетишизм до становления глобальных вероучений на территории всего земного шара таких как, буддизм, иудаизм, христианство и ислам. Догматы различных религий значительно влияли на вектор развития народа, которому эта вера была присуща. Вера устанавливала правила игры в жизни человека, определяла его мораль, принципы поведения и даже правовую основу для общества. В средние века тема религии была особо остро ощущаема, все сферы жизнедеятельности человека контролировались в Европе Католической церковью.

Церковь преследовала еретиков (инакомыслящих), вершила суды, влияла на политических деятелей, давая или не давая им свое благословение, регулировала набожность социума с помощью продажи индульгенций. Времена идут, религия теснится наукой, но все же верующих во всем мире не становится меньше, скорее наоборот возникает все больше новых религиозных течений, отклонений, сект. Различия между ними вызывает межконфессиональные конфликты, проявления нетерпимости, дискриминацию по религиозной принадлежности. Но есть и то, что объединяет все различные религии – это вера в сверхъестественное, вера в высшую волю под контролем которой и находится все общество. Именно вера в сверхъестественную силу помогает человеку осознать происходящие, не поддающиеся объяснению некоторые явления [1]. Религия помогает в какой-то мере рационализировать такие происходящие вещи с помощью веры во что-то большее, чем законы физики, биологии и других наук этого мира. Проблема заключается в том, что человек не всегда осознает, что на его поведение влияет религия, то что большинство действий совершаемых в жизни в той или иной мере происходят от полученного религиозного опыта общества [2].

Религиозный опыт всегда был актуален для человека, таковым он и останется до последнего дня последней религии на земле. Понятие веры и религиозного опыта не отделимы друг от друга и возникли одновременно, претерпевая общие трансформации, проблемы и испытания. Религиозный опыт это соприкосновение человека со сверхъестественным, с божественным проявление воли высших сил. Примером религиозного опыта у человека может быть: внутреннее перерождение, просветление, вещи сны, пророчества, экстаз достигаемый путем молитвы или других религиозных практик. Вообще и целом

приобретение религиозного опыта происходит и зависит от самой религиозной среды, чем больше вы находитесь в ней, чем больше количество религиозных практик вы осваиваете, тем богаче, разнообразнее интереснее и главное значимее становится религиозный опыт в человеке [3].

Для того, что бы показать, что религиозный опыт играет определенную роль в жизни практически каждого человека стоит обозначить типы личностей непосредственно имеющих такой опыт и работающих с ним по мере своих возможностей. Такими типами может являться: мистик, теолог, основоположник традиции, святой, монах-отшельник, монах, священнослужитель, пророк, реформатор традиции. Все эти типы оказывают свое влияние как на общество, так и на религию в целом. Влияние на религию осуществляется такими типами как реформатор традиции, пророк, основоположник традиции, но так же на религию влияет и священнослужитель и монах, так как интерпретируют знания о вере в соответствии со своими представлениями о ней, не может идти и речи о беспристрастии, когда в процессе трактовки участвует человек.

Сознание индивида оставляет след на религиозном опыте, не давая ему существовать в свободном виде, без личностной оценки. В свою очередь священнослужитель, монах, мистик, теолог, и реформаторы традиций влияют на жизнь общества. Примером священнослужителя может быть: Папа Римский, Патриарх в РФ, Далай Лама, к мистикам можно отнести Вангу, к теологам Андрея Кураева (одновременно он же является и священнослужителем), к реформатором традиции можно отнести Мартина Лютера, и других религиозных деятелей, чья интерпретация веры позволила основать новую религию, либо ее ответвление. По приведенным выше примерам типов личности имевших тот или иной религиозный опыт можно отметить, что это люди видные и занимающие определенные посты в социуме, именно с этих постов происходит распространение религиозного опыта большинству общества. Священнослужитель ведаёт о воле божьей на проповедях в церкви, теолог даёт указания к трактовки священных писаний и проведению обрядов по религиозным традициям, а реформаторы традиций основывают свою веру, активно агитируя в нее приверженцев (секты, религиозные движения, радикальные религиозные течения) [4]. В жизнь человека эти явления просачиваются через посещение людьми церкви, выполнение определенных обрядов (причащение, крещение, пасха), через веру в сверхъестественную силу человека (пророков, предсказателей, прорицателей) и через изучение трудов теологов. Общность изначально построена на морали и определенных правах человека, но в свою очередь эти явления сами образовались из религиозных догматов и стереотипах поведения. Имеющиеся правовые акты о наказании человека за убийство, воровство, клевету и т.д., есть ни что иное, как интерпретация религиозных законов: ни убий, не пожелай имущество ближнего своего и последующего за этим суда Божьего с вынесением приговора и отправкой в место искупления вины (в рай или ад, или в любое другое место предусмотренное той или иной верой). Практически вся культура строится и опирается на религиозные основы и приобретенный религиозный опыт у человека, начиная от метода постройки жилища, до ритуала охоты у туземных племен. Созданное руками и умом человека, создается по определенному плану и в соответствии с определенными нормами, традициями. А нормы и традиции в свою очередь практически все происходят от веры человека, от его принадлежности к религии и полученному и осознанному религиозному опыту [5].

Итак, роль религиозного опыта в жизни человека чрезвычайно огромна, часто общество само не в силах понять его значимость для самого себя. Множество явлений в различных сферах жизнедеятельности социума по сути своей регулируется, направляется либо поддерживается как традиция и происходит от религиозного опыта приобретенного человеком из веры. Если рассматривать тот или иной феномен на земле, непременно можно найти рациональное объяснение ему через религиозный опыт человека. Такой опыт настолько уникальная вещь с помощью которой строятся религиозные отношения, мировоззрения людей, традиции верований, он настолько неповторим, как и само проявление религии. Обществу стоит задуматься над ролью в своей жизни религиозного опыта. Его изучение, в различных аспектах (традиции, история, проблемы, ошибки) позитивно повлияло бы на человеческие отношения, нормы и восприятия. Религиозный опыт неиссякаемый источник для изучения новых знаний для социума.

Список использованных источников и литературы

1. Самыгин С.И., Нечипуренко В.И., Полонская И.Н. Религиоведение: социология и психология религии. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996.
2. Религиоведение: Учебное пособие и учебный словарь-минимум по религиоведению (Под ред. проф. И.Н. Яблокова). – М.: Гардарики, 1998.
3. Шлейермахер Д.Ф. Речи о религии к образованным людям, ее презирающим: Монологи. – М., 1911.
4. Торчинов Е.А. Религии мира: опыт запредельного. – СПб., 1997.
5. Ильин И.А. Статьи. Лекции. Выступления. Рецензии (1906-1954) // Собр. соч. – М., 2001. – С. 53

ИММИГРАНТЫ В РОССИИ. МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Лаврентьев М.В., Саврасова Д.Д., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Массовая миграция в какое-либо государство редко воспринимается коренным населением, как положительное явление, даже если на деле страна от него только выигрывает. Не стала исключением и Россия. Большинство коренных жителей относится к «гастарбайтерам» в той или иной степени негативно, часто на иммигрантов готовы повесить обвинения чуть ли не во всех бедах государства и общества. Иногда эти обвинения бывают справедливы, в большинстве же случаев являют собой обыкновенные домыслы.

Миграционные процессы сегодня влияют почти на все сферы жизни современного общества, как российского, так и любого другого. От них в той или иной степени зависят экономическая, социально-культурная, демографическая и даже политическая ситуации в государстве. В долгосрочном периоде миграция может до неузнаваемости изменить ситуацию в стране, ее этнический состав, идеологию, мораль и нравственность, как это уже произошло со странами Западной Европы, например, Францией, и начинает происходить с Россией.

В Российской Федерации в последние годы достаточно остро стоит проблема иммиграции, в основном из ближнего зарубежья. В европейской части страны это, в первую очередь, выходцы из стран бывшего СССР. В Сибири и на Дальнем Востоке помимо представителей народов бывшего Советского Союза, значительную долю занимают выходцы из Китая. Большинство приезжих – неквалифицированные рабочие, многие из них плохо говорят по-русски, что понятным образом влияет на их профессиональную пригодность и отношение к ним коренного населения. Так, по расчетам ВЦИОМ, в 2010 году почти треть россиян считали, что межнациональные отношения в России стали напряженнее. Москва на острие проблемы – более половины опрошенных москвичей назвали межнациональные отношения в городе напряженными, плохими, а то и конфликтными [1].

Российское миграционное законодательство имеет ограничительный характер, провоцируя нелегальную миграцию. Нанять иностранца на законных основаниях бывает очень непросто. И нелегальная миграция продолжает активно питать рабочей силой теневой сектор экономики. Рестриктивный характер миграционной политики способствует возникновению проблем, связанных с неустroенностью большого числа мигрантов и негативного отношения к ним со стороны коренных жителей. Рождаются разного рода и разной степени правдивости мифы. Иногда эти мифы приобретают популярность достаточную, чтобы прочно укрепиться в общественном мнении. Некоторые из них можно рассмотреть и в рамках этой статьи.

Миф первый: мигранты отнимают рабочие места коренных жителей России. Это верно лишь отчасти. Много ли найдется у нас в стране людей, желающих заниматься тяжелой и нудной физической работой? В дворники уже давно не идут творческие личности только для того, чтобы жить и самореализовываться в дворницкой. Мигранты заполняют те ниши на рынке труда, которые аборигенному населению кажутся совершенно непривлекательными. Вместе с тем, классических трудовых мигрантов мы можем встретить не только на уборке улиц в Санкт-Петербурге или стройке Москва-Сити. Для этого достаточно включить матч с участием «Спартак» или полюбоваться эмоциями Гуса Хиддинка. По экспертным оценкам, около 20% мигрантов занимают те вакансии, на которые могли бы претендовать россияне с соответствующей квалификацией и знаниями. Но стоит ли злоститься на мигранта Хиддинка, занявшего «теплое» место, если это место пустовало не один месяц?

Миф второй: зачем нам кормить чужие страны, когда у самих люди бедствуют. Это правда, бедствуют. И бросать все и переезжать неизвестно куда, ставить под удар семью – страшно. Но это не к мигрантам претензия – надо требовать с родных властей. А мигранты как раз спасают нашу экономику – неэффективную, с низкой производительностью, с высокой долей физического труда. Мигранты не только дают возможность продержаться, пока не придет долгожданная модернизация. Они производят товары и услуги, и большая часть заработанных ими денег остается здесь, а зарплата (если ее не «зажмет» работодатель) в этих товарах составляет далеко не самую значительную часть.

Миф третий: в Россию все едут и едут, и конца тому не видно. Ресурс миграции исчерпаем. Трудовая миграция устремляется туда, где лучше и безопаснее. Россия для бывших советских республик на данный момент привлекательна в силу относительной языковой и культурной близости. Но это не панацея. Есть множество других стран, которые реально конкурируют с Россией за привлечение мигрантов. Их конкурентные преимущества: простота легализации, оформление договоров, жилье, определенный уровень социальной защиты – вплоть до медицинского страхования и отчислений в пенсионный фонд.

Нужно понимать и еще один тренд: Россия выглядит экономически более привлекательной, чем страны выхода мигрантов. Однако, как только там наметятся позитивные экономические тренды, спрос на рабочую силу (а особенно с опытом работы в России) по месту жительства увеличится скачком. Возникнет еще одно измерение в конкуренции за трудовую миграцию (к уже существующему «западному» вектору). Может так оказаться, что квотировать будет некого.

Миф четвертый: миграцию нужно контролировать, а с нелегальной – бороться. Бороться нужно с преступностью. Любой. А вот про то, чтобы контролировать миграцию, нужно забыть. Один из инструментов контроля – квотирование. Квоты на привлечение иностранной рабочей силы то повышают, то урезают. Как показывают эксперты, по факту, на абсолютную численность мигрантов это никак не влияет. Квотирование определяют только долю тех, кто останется нелегально, да размер взятки за лицензию. Силловые ведомства доблестно выявляют нелегалов (а выдворение автоматически означает запрет на возвращение в течении пять лет), но они же и «крышуют» нарушения и с ними же договариваются «на местах». Попытки контроля приводят лишь к тому, что увеличивается непрозрачность этой сферы, увеличивается численность мигрантов, вынужденных быть нелегальными, увеличивается число теневых посредников, не стремящихся войти в «правовое поле». Ну его: выходишь играть в бадминтон, а оказывается тут хоккей, плавню перетекающий не то в рэгби, не то в бокс... Следует согласиться с Вячеславом Поставниным, руководителем Фонда «Миграция – XXI век», что более важным, чем контроль, является налаживание мониторинга происходящих процессов, что не возможно без усиления прозрачности и создания условий для легализации теневых практик [2]. Да и смешно сказать – при обилии ведомств, занимающихся миграцией, единого органа, ответственного за выработку государственной политики, нет. Каждое ведомство дудит свое: преступность, болезни, безработица, регистрация... А целостного видения ситуации нет, похоже, ни у кого.

Мифов много. Но еще больше – непонимания тех обстоятельств, в которых мы сегодня живем. И дело не только в перманентно возникающей «демографической яме», обусловленной возрастной структурой нашего населения. Сегодня формируется глобальный рынок труда, и Россия становится объектом для вымывания трудовых ресурсов – разной квалификации, а не только высокообразованных кадров. Безусловно, «утечка умов», когда в год выезжало по 100 тысяч человек, осталась в прошлом, сегодня иммиграция сократилась в разы. Но кто сказал, что это навсегда? По данным опросов ФОМ, треть наших граждан полагает, что если соотечественник уехал за границу на длительный срок, то, скорее всего, он не вернется. Более половины россиян (56%) полагает, что на длительный срок россияне уезжают за рубеж «на заработки», чтобы поправить свое материальное положение, найти достойную работу – по специальности или для самореализации, карьерного роста. И еще 27% полагают, что главный мотив – поиски лучшей жизни, «нормальной», «чтобы жить по-человечески» [3]. Есть еще и другие обоснования – получать образование, жить в месте, где царят безопасность и порядок, ради будущего детей...

Одним словом, эмиграция, в том числе и трудовая, легитимирована в сознании наших соотечественников: почти 80% опрошенных (по данным ФОМ) не склонны осуждать тех, кто навсегда уехал из России на постоянное место жительства.

Список использованных источников и литературы

1. Исследование ВЦИОМ, 2010 год.
2. Интервью с Вячеславом Поставниным // Кадровое дело, № 8, август 2010 года.
3. Исследование ФОМ, 2010 год.
4. Российская миграция, информационно-аналитический журнал [Электронный ресурс] –URL: <http://rusmigracia.ru/>

МИР, КАКИМ МЫ ЕГО ЗНАЛИ, ПРИХОДИТ К КОНЦУ

Лавриненко Д.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

«Мир, каким мы его знали, приходит к концу» это слова из песни знаменитой американской рок-группы R.E.M. которая пела и, надеясь на совсем близкое, светлое будущее. Но это всего лишь иллюзии и мечты. В реальность все обстоит совсем по-другому. Примером может послужить сегодняшняя Европа.

Исключительная толерантность и политкорректность коренных европейцев привела их самих к очень тяжелому положению, когда они сами у себя дома становятся «гостями» по отношению к приезжим выходцам из мусульманских стран. Поток мигрантов с каждым годом только увеличивается, а европейские власти попросту «заставляют» коренных граждан мириться с этим, и вынуждают принять мусульман как «добродушных соседей».

Первый массовый поток мигрантов был связан с войной в Алжире (1954-1962). После вынужденного согласия Франции на провозглашение независимости этого североафриканского государства сотни тысяч местных мусульман воспользовались появившейся возможностью переехать в свою бывшую метрополию. Вследствие этого, с каждым годом поток мигрантов стал возрастать с геометрической прогрессией. В результате стал возрастать уровень этнической и конфессиональной раздробленности населения. Те государства Европы, которые некоторое время назад можно было назвать достаточно однородными теперь не могут этим похвастаться.

Опираясь на ряд немецких исследователей занимающихся изучением проблем исламизации и реисламизации У. Штайнбаха и П. Хайне можно сказать что, расцвет исламской культуры пришёлся

как раз на вторую половину 20 века. Ислам как таковой оказался под пристальным вниманием западных политиков и ученых. Огромные нефтяные запасы ближнего востока вынудили Запад считаться с «другим» мнением на мировой арене. До начала 60х годов 20века исламу уделялось совсем не большое внимание Западных исследователей, что являлось значительной ошибкой. Лишь с конца 60х годов Европейские ученые стали отмечать тот факт, что некоторые отдельные течения в исламе стали затрагивать духовную жизнь европейского общества. Сам ислам на Ближнем Востоке стал «оживать». Ориентация, направленная в сторону духовных исламских ценностей стала заменять вестернизацию, которой придерживались правительства арабских стран в 50е-60е года 20 века. Всеми известный религиозный экстремизм лишь верхушка айсберга. Более важная часть этого процесса – это возвращение к культурным мусульманским ценностям и укрепление национального самосознания мусульманской диаспоры.

Немного другой позиции придерживаются французские исследователи Ж. Кепель и О. Руа. Известный специалист по Ирану и Афганистану, Оливье Руа считает, что «ошибочно считать, будто религиозный и политический радикализм среди европейских мусульман есть просто импорт ближневосточных культур и конфликтов. Все это – следствие глобализации и вестернизации ислама. Опасность исходит не от традиционного общества: с традиционными мусульманами не возникает никаких проблем. Опасность исходит от тех, кто был вестернизирован. Это под их влиянием радикальный ислам пустил корни на Западе» [1]. Другими словами можно сказать что «исламское оживление» это не что иное, как борьба мусульман за свои права в чужом обществе. Борьба всеми силами и способами. Европейские мусульмане пытаются сохранить свою духовность и самоидентичность в другом обществе. По проведенным исследованиям О. Руа. Сразу после терактов 11 сентября 2001 многие считали, что террористами являются выходцы с Ближнего Востока, но как оказалось, все они имели Европейские корни. Более того, все они не имели связь с какой-то одной страной. Родится, они могли в одном месте, расти в другом, а жить в итоге в Европе. Дальнейшее изучение этой проблемы выявило еще более интересные факты. «По меньшей мере, 10% боевиков Аль-Каиды, действующих по всему миру, а не в отдельно взятой стране, являются новообращенными мусульманами (во Франции эта цифра колеблется от 20% до 25%). Этот факт доказывает, что Аль-Каида – не просто мусульманская организация, это результат глобализации» [1].

Конечно это возможные объяснения первопричин происходящего сегодня в Европе, но по сути это ни как не решает тех проблем, которые стоят перед Европейцами сейчас. Прогнозы на будущее звучат разные. Где-то они оптимистичны для коренных европейцев, а где-то, наоборот, для приезжих мусульман. Вот как по этому поводу выразился член мусульманской общины Латвии Омар Абу Сафи: «Сегодня нас здесь 1%, но через некоторое время нас будет, возможно, 50% и больше. Тогда, по законам демократии, мы потребуем ввести шариат. Мы здесь будем жить по законам ислама» [2].

Интересно и другое. Переезжая в Европу, мусульмане становятся поразительно требовательными. Они заявляют о правах, и очень строго следят, чтобы эти «права» не были никем нарушены. Даже если притеснение имеет по своей сути анекдотический характер. Сейчас «европейские мусульмане» перешли к фазе открытой агрессии. Они диктуют условия европейцам, а европейцы, как ни странно, выполняют все их требования. Мусульманские мигранты становятся в Европе очень ранимыми. Их раздражает все: распятия, кресты, фразы на поздравительных открытках, традиционное празднование Рождества. Их раздражает большое количество церквей, да и то что эти церкви вообще есть...

Просматривая форумы, посвященные данной тематике, я заметил, как русскоязычные люди живущие в Европе отмечают что порой доходит до абсурда: девяностолетняя старушка по обыкновению на Рождество выставила на подоконник милого поросенка и... и все. Бабулю едва не уперли в тюрьму. Ее «грязное животное» оскорбило проживающих в районе мусульман. Абсурд абсурдом, но порой дело доходит до издевательств и убийств на национальной и религиозной почве. И они только учащаются.

Возникает вопрос: если в Европе мусульманам так плохо и их чувства угнетают коренные европейцы, исповедующие другую религию так зачем им переезжать в эту Европу? Может быть, им следует оставаться в родных пенатах, жить по законам родного Шариата в государствах, где нет ни распятий на улицах, ни церквей, ни поздравлений с Пасхой по телевизору?

Нельзя дать в однозначный ответ на этот вопрос. Как мы знаем, сколько людей столько же и мнений. Но очевидная проблема есть. Как с ней бороться другой вопрос. Стоит ли все с большей силой прививать Европейские нормы и правила для приезжих и уже какое-то время живущих в европейских странах мусульман, или наоборот «обучать» европейцев всё-таки уживаться под «одной крышей» с гостями с Ближнего Востока? Возможно, в скором времени, проблема каким образом разрешится. Приезжие мусульмане под влиянием запада начнут терять свое национальное самосознание и, в конечном счете, полностью европеизируются. Но может быть, проблема достигнет своей критической точки и выльется в новые масштабные конфликты. Мы, к сожалению, пока этого не знаем. Но хотелось бы быть готовым ко всему. И к тому, что Мир, каким мы его знали, скоро изменится.

Список использованных источников и литературы

1. Кепель Ж. Джихад: Экспансия и закат исламизма // Пер. с фр. В.Ф. Денисова. – М: Ладомир, 2004. – 468 с.

ПСИХОЛОГИЯ ОБРЯДОВ И КУЛЬТОВЫХ ДЕЙСТВИЙ

Лютько Ю.Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В книге известного российского психолога Рады Грановской говорится, что: «Религия с теоретической стороны является выражением системы идеалов исповедующего ее народа. Она провозглашает, что есть человек и чем он должен быть. В отличие от этой задачи, практическая сторона религии – с помощью ритуалов и обрядов наставлять человека в том, что нужно делать для того, чтобы приблизиться к идеалу и организовывать необходимые для этого действия. Непосредственный религиозный опыт это в значительной степени подсознательное, эмоциональное переживание, но оно не может сохраняться в памяти без должного рационального оформления. В этом смысле ритуалы и обряды выступают как могучий охранитель идей, как самое надежное средство ввести в народные массы известные религиозные воззрения» [1].

Специфика религиозных обрядов состоит в их идейном содержании и направленности, т.е. в том, какие именно идеи, представления, мифы и образы они воплощают в символической форме. Культовые действия приобретают в различных религиозных системах принципиально отличное идейно-символическое и образное содержание. Возьмем, к примеру, очистительные обряды, связанные с погружением в воду или обливанием водой. Эти обряды существовали уже в первобытном обществе. По мнению С.А. Токарева: «у многих племен они интерпретировались магически, как особый (сверхъестественный) способ «очиститься» от скверны, нечистоты. В христианстве прежний очистительный водный обряд приобрел новое содержание. Оно рассматривает крещение как одно из семи таинств, приобщающих якобы человека к божественной благодати. Крещение в христианстве символизирует очищение от первородного греха и приобщение к лону церкви.

Большое значение имеет эстетика обряда. Его эффективность подчеркивается его необычностью, церемонностью, возвышенностью, символикой. Помпезность и праздничность богослужения оказывает сильное эстетическое воздействие на человека. Искусство делает веру очевидной. Художественные средства, применяемые для этой цели, могут быть самыми разнообразными. Одним из наиболее сильных факторов этого типа является хоровое пение. Также широко при обрядах и в религиозных праздниках используются театрализованные представления. Торжественные выходы патриарха или митрополита, сопровождаемые колокольным звоном или мощными звуками органа, представляют незабываемое зрелище. Хоралы, мессы, реквиемы, звучащие под сводами католических храмов, создают атмосферу ирреальности. Мощные потоки органной музыки смывают с души все мелкое, незначительное, пробуждая и укрепляя в человеке любовь к Богу. Необходимый эстетический настрой поддерживается и храмовой архитектурой. Как правило, храмы тянутся ввысь, устремляясь к небу.

Благодаря перечисленным формам воздействия – заражению, сублимации, влиянию символов и искусства, религиозные обряды предстают как стержень любых коллективных движений. На фоне обычных дел и повседневной жизни они «подпирают» существование социального порядка и его устойчивость. В обряде и ритуале каждый участник целиком включается в действие и ощущает себя связанным тесными узами с группой. Им владеет своего рода экзальтация и границы его существа размываются. У человека повышается внушаемость, подражательное поведение и импульсивность. Возникшее психическое состояние поддерживается еще долго и по окончании церемонии. Существенно, что многократное участие в ритуалах вызывает у их участников единое для всех психическое состояние. Священнослужители, объединяя верующих проповедью, молитвой и другими массовыми действиями, регулируют нарастание напряжения и его разрядку по ходу взаимодействия, способствуя превращению негативных, тяжелых эмоциональных состояний в положительные.

Что касается других ритуальных действий, такого как, например, обрезания, то известно, что у австралийцев обрезание является кульминационным моментом обряда инициации юношей, который знаменует их вступление в сообщество взрослых мужчин. В иудаизме и исламе обрезание приобрело иное значение: оно символизирует приобщение мужчины к последователям данной религии. Эти примеры, как и многие другие, показывают, что одни и те же ритуальные действия приобретают в системе разных религий различное идеологическое содержание.

С научной точки зрения любые обряды, в том числе и религиозные, имеют социальную природу. Обряды ни в коем случае не являются спонтанным проявлением бессознательных побуждений отдельного индивида. Религиозные обряды – это важная форма практической совместной жизнедеятельности верующих. Через нее реализуется их воздействие на сверхъестественные силы и существа [2].

Система культовых действий играет важную роль в религиозном комплексе. Именно через религиозные обряды приобщается индивид к той или иной конфессиональной общности, именно культовые действия являются для религиозных организаций важным средством «улавливания душ». Это

хорошо понимали еще атеисты XVIII в. Так, Д. Дидро, обращаясь к воображаемому собеседнику-аббату, писал: «...у вас имеются обряды, о которых вы только что говорили, крестные ходы, праздники, песнопения, органы, всякого рода музыка, все эти замечательно искусно поставленные зрелища, цель которых – привлечь, пленить и покорить толпу. Вот еще одна из причин вашего успеха и вашей силы». Воздействие религиозного культа на верующих осуществляется по нескольким основным направлениям. Одно из таких направлений – формирование и возобновление стереотипов в сознании и поведении членов религиозной общины. Каждая религиозная организация в процессе своей эволюции вырабатывает целую систему культовых стереотипов. Религиозные обряды каноничны, т.е. не подлежат никаким произвольным изменениям. В истории религий известны многочисленные случаи, когда вопрос о порядке культовых действий становился одной из главных причин раскола церкви. В православном христианстве культ всегда занимал важнейшее место. Это подчеркивается и современными православными авторами. «Начиная с древних времен центральное место в церковной жизни всегда занимало общественное богослужение, совершаемое в храме», – говорится в «Настольной книге священнослужителя».

Таким образом, исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что в религиозном обряде главное значение имеют не сами ритуальные действия, а их осмысление, истолкование верующими и служителями культа. Ритуальные действия в системе разных религий приобретают различное идеологическое содержание. Сосуществование науки и религии определяется возможностью восприятия веры, чувства и научных знаний разными людьми, и в свою очередь это соотношение зависит от врожденных индивидуальных особенностей и жизненных обстоятельств каждого. Для одних ведущим является мироощущение, для других – мировоззрение, а для третьих – миропонимание. Первым всегда ближе и чувственно понятнее вера, вторым – гармония и красота зависимости, а третьи хотели бы услышать научные аргументы. Однако и эти последние, когда им становится по-настоящему плохо, и они чувствуют, что им мало помогает наука, и они обращают свое лицо к вере.

Список использованных источников и литературы

1. Грановская Р.М. Психология веры. – М.: Питер, 2010 – URL: <http://psyfactor.org/lib/religion3.htm>
2. Угринович Д.М. Психология религии. – М., 1986. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/ugrinovich_psih/04.aspx.

ПРОБЛЕМЫ ГРУППОВОЙ СПЛОЧЕННОСТИ КОЛЛЕКТИВА

Макарова М.Э., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В условиях организации современного общества постоянно растет интерес к явлению социально-психологического климата коллектива.

Актуальность данной проблемы диктуется, прежде всего, возросшими требованиями к уровню психологической включенности индивида в его трудовую деятельность и усложнением психической жизнедеятельности людей. Постоянным ростом их личностных притязаний [1].

Формирование благоприятного социально-психологического климата трудового коллектива является одним из важнейших условий борьбы за рост производительности труда и качества производимой продукции. А также, социально-психологический климат в коллективе является одним из показателей уровня социального развития коллектива от него зависит и общая атмосфера общества [2].

Эффективность совместной деятельности во много зависит от оптимальной реализации как групповых, так и личностных возможностей. Используемый в организации стиль руководства является одним из важных факторов сплоченности коллектива.

Сплоченность трудового коллектива проявляется в сработанности, ответственности и обязательности его членов друг перед другом, согласованности действий и взаимной помощи в ходе выполнения производственных заданий. Сплочение коллектива является непрерывным процессом, заключающимся в возрастании степени единства поведения его членов, процессом, основанным на принятии каждым членом коллектива его целей, ценностей и норм поведения, на развитии чувства принадлежности к своему коллективу. Сплочение коллектива во многом зависит от состава кадров, от их уровня профессиональной и общеобразовательной – подготовки, от культурного и духовного развития включающихся в коллектив членов. Поэтому очень большое значение имеет подбор кадров.

В сплоченных коллективах, как правило, теснее общаются, легче адаптируются, выше ценят друг друга, увереннее чувствуют себя и эффективнее работают.

Процессу сплочения коллектива противостоят внутриорганизационные конфликты, т.е. столкновения противоположно направленных действий, вызванных расхождением ценностей и норм поведения работников. Разногласия обычно возникают по средствам достижения целей, в то время как у не сплоченного коллектива – по всем вопросам, что рано или поздно приводит к его распаду. В случае возникновения конфликта сплоченный коллектив сложнее подчинить воле руководства и координировать его действия [3].

В целях сплочения коллектива особое значение приобретает использование в качестве поощрения коллективных выездов на отдых, совместных экскурсий, посещения культурных мероприятий. Действенность поощрения победителей во многом зависит от ритуала награждения. Наряду с широкой гласностью необходимо обеспечить торжественность обстановки.

Важное значение приобретает культура дискуссий и споров, которая включает в себя умение выслушивать аргументы других, доказательно возражать и отстаивать свою точку зрения, терпимость к чужим мнениям. Промышленной социологией и социологией труда этот процесс изучен менее, чем другие социальные процессы на производстве, такие, как, например, трудовая адаптация, мобильность рабочей силы, мотивация, руководство. Сплоченность является важнейшей, но не единственной характеристикой внутриколлективных трудовых отношений. Совместный труд предполагает состязательность между работниками, что рождает в коллективах соревнование, соперничество. Поэтому другими важнейшими проявлениями трудовых отношений наряду с сотрудничеством и взаимопомощью являются отношения состязательности и соперничества.

Отношения соревнования, отношения состязательности, соперничества существуют наряду с отношениями сотрудничества и взаимопомощи. Вместе они образуют единство, взаимопроникая и дополняя друг друга, характеризуют внутриколлективные трудовые отношения.

В зависимости от уровня сплоченности различают несколько типов первичных коллективов: сплоченные, расчлененные и разобщенные коллективы.

Характерными признаками сплоченного коллектива являются стабильность его состава, поддержание между членами коллектива дружеских контактов в рабочее и нерабочее время, высокий уровень трудовой дисциплины и общественной активности и как результат этого – высокие производственные показатели. Для сплоченного коллектива характерно возникновение чувства «мы – группа» в отличие от «они – другие группы», «они – члены других групп». Формируется коллективное самосознание, т. е. осознание коллективом самого себя как общности («мы»), осознание членами коллектива своей принадлежности к нему, отличия данного коллектива от других.

Для расчлененного коллектива характерно наличие нескольких социально-психологических групп, недружелюбно относящихся друг к другу, большой разброс в показателях дисциплинированности и общественной активности работников. В разобщенном коллективе доминируют функциональные отношения, социально-психологические контакты не развиты, высока текучесть, часто возникают конфликты. Для расчлененных и разобщенных коллективов, а также для коллективов с низким уровнем сплоченности характерны такие социально-психологические черты, часто имеющие неосознанный характер, как конформизм, подверженность коллектива слухам, паническим настроениям, повышенная внушаемость, эмоциональная неустойчивость, склонность к «взрывам», распространение предрассудков и предубеждений.

Факторы, способствующие развитию и формированию групповой сплоченности:

1. совпадение целей, ценностей и взглядов членов группы;
2. примерно одинаковый социальный и возрастной состав группы;
3. атмосфера доброжелательности;
4. интересная всем совместная деятельность, направленная на достижение общих целей;
5. реальный авторитет лидера;
6. наличие эффекта соревнования (даже неофициального) с другой группой;
7. непростой путь вхождения в группу;
8. справедливое распределение денежных средств и бонусов;
9. успешность группы в достижении поставленных целей.

Сплоченные коллективы характеризуются высокой степенью организованности, т.е. способностью и готовностью к самостоятельному преодолению возникающих трудностей, согласованностью действий под руководством лидера; единство в экстремальных ситуациях.

Список использованных источников и литературы

1. Факторы, влияющие на сплоченность коллектива – URL: <http://student.zoomru.ru/men/factory-vliyajushhie-na-splochnost-kollektiva/27322.205652.s7.html>
2. Мотивация персонала – URL: http://motivtruda.ru/splochnost_-trudovogo-kollektiva.htm
3. Веснин В.Р. Менеджмент – М.: ТК Велби, Проспект, 2008. – 504 с.
4. Зельдович Б.З. Организационное поведение. – М.: Аспект Пресс, 2008.
5. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Организационное поведение: учебник. – М.: Экономистъ, 2009.

МОЛИТВА, КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧЕЛОВЕКА (ПЕРСОНАЛ)

Новикова Д.О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Организация, желающая выжить в жестких конкурентных условиях, должна искать пути усовершенствования своей деятельности. В этой ситуации следует уделять внимание рациональному использованию всех видов ресурсов, находящихся в распоряжении компании, важнейшим из которых является – персонал организации. Неоспоримо, что залог успеха предприятия – это его персонал, со своими навыками, умениями, квалификацией и идеями. Постоянное развитие персонала, поиск новых подходов к управлению им являются необходимыми атрибутами успешного функционирования любого предприятия.

Меняющиеся современные условия развития производства влекут за собой инновации в кадровой работе. Прежде всего, это инновационный подход к самому персоналу как таковому. Персонал перестали видеть как серую массу. В каждом сотруднике стараются видеть индивидуальность. Такого подхода требует рынок.

Нельзя сказать, что кадровые службы всех предприятий уже смогли перестроиться и работают в этом ключе, но явные сдвиги в этом направлении наблюдаются. Видение каждого сотрудника как индивидуальность – позволяет менеджерам по персоналу вести работу эффективной системы аттестации персонала, разрабатывать системы мотивации работников, создавать условия для достижения деловой карьеры сотрудника и др. Но главное заключается в создании особой инновационной атмосферы в компании.

Сегодня в большинстве организаций основными направлениями в работе с персоналом являются:

- обучению своих сотрудников;
- построение систем традиционной и нетрадиционной компенсации;
- формирование корпоративной культуры.

Я же хочу рассмотреть еще один из инновационный инструментов работы с персоналом это – молитва. В статье будет представлен философско-концептуальный феномен молитвы как четвертого состояния сознания, сознания «виртуальная реальность». Термин «виртуальная реальность» пришел к нам вместе с развитием информационно-компьютерных технологий, которые могут создавать все новые реалии существования. То есть виртуальная реальность со временем превращается в новую сферу существования. Виртуальное пространство – это все, что порождает чувства и ощущение предметов внешнего мира, являясь видимым отражением невидимых идей и законов.

В виртуальном пространстве основными его механизмами являются воля, вера, и воображение. В рамках виртуального пространства сама жизнь выступает посредником, связью, с ее помощью разворачивается действие воли и ее влияние на материю [1.С.5]. Объектом анализа являются виртуальные состояния психики человека, в частности состояния, вызванные религиозной верой. В рамках данной статьи это рассмотрено лишь на концептуальном оформлении данного состояния – на философии молитвы.

Что же такое молитва и чем она может помочь в работе с персоналом? Прежде всего, молитва – это один из духовных факторов сознания личности, неотъемлемая и очень важная составляющая как общей культуры, так и психики человека.

Молитва выполняет свою функцию в духовном развитии личности. Это акт коммуникации человека с сакральным (с Богом), с потусторонними силами, создавая с помощью психических свойств иллюзорную, виртуальную реальность. В словаре можно найти следующее определение молитвы: «Молитва это переживание верующего, основанное на мысленном обращении к божественной сущности в состоянии обожания, благодарности и просьбы. Моление это слова или установленный текст, выражающий это состояние». Существует достаточно распространённое мнение, что слова веры имеют реальную ценность. «В молитвах заключаются наши желания, а желаем мы себе того, чего бы очень хотели. Молитва и желание стремятся к одной цели, к достижению добра, а также пользы, с ним связанной» [2.С.25].

Начиная со своих простых форм, молитва выражает стремление человека вступить в контакт с божественными силами. Она связана с ощущением присутствия священного. Это ощущение представляет собой не абстрактное убеждение, а сознательное волевое стремление к реализации высшей цели существования. Поэтому молитву часто описывают не как мысленное сосредоточение на Боге, а как попытку «выхода за пределы себя». При этом, моральные переживания составляют один из важнейших элементов молитвы.

Для понимания сущности и воздействия молитвы необходимо знать, что человеческое сознание управляет жизнью человека. Для достижения определенной цели, человеку, для начала, необходимо желание. Человек всё создаёт сам, и от его творческого состояния всё и зависит. Сознание человека – это мысли и воля, о чём знают, видимо, многие, но не только это. Сознание – это, прежде всего, состояние души человека. Молитва управляет той частью сознания, которая отвечает за состояния души.

Состояния души – это чувства, испытываемые человеком. Познание новых чувств, несмотря на то, что Творец управляет этим процессом, – дело долгое. Хорошо, когда человека воспитали так, что он

осознает необходимость чувств, и научили любить всех: себя и других равносильно. Огромную роль играет присутствие совести, но это интеллектуальная часть, а в области чувств ей сопоставима нравственность, определяющая в большинстве случаев результат каждого дела.

Чувственная сфера целиком – подсознательная, а как управлять ею всё равно нужно знать. Тем не менее, человек довольно часто просто не осознает происходящего в его чувственной сфере, не говоря уже об управлении. Он подсознательно делает не то, что хотел, затем сознательно пытается исправить сделанное, вместо того, чтобы всё сделать сразу правильно. Сознательная жизнь достигается воспитанием нравственности. Наиболее эффективное средство в воспитании сознания – это молитва. Молитвенное состояние соответствует отключению мозговой деятельности, поэтому молитвы не только воспитывают сознание, но и управляют им. Молитву объясняют влиянием религиозной окружающей среды. Вера в значительной мере порождается социумом [3.С.118].

Понятие молитвы стало новым фактором в нынешней науке. Экспериментально доказано, что молитва – это четвертое состояние сознания. Так же доказано, что молитва отключает кору головного мозга, сохраняя ясное сознание. Ученые считают, что сознание, включающее молитву, является естественным для организма, так при нарушении одного, формируются патологические процессы в организме. Значит, феномен молитвы актуален и для науки, и для философского анализа.

Назначение молитвы – установление и поддержание связи с Высшими Силами, на основании закона виртуального мира. Молитва должна быть искренней и чистой, радостной и сосредоточенной, она должна идти от самого сердца. Вибрация в соответствующих сферах, создаваемая такой молитвой – как словесная, так и мысленная, – возвращается из виртуальной реальности в реальный мир соответствующей реакцией или действием в виде, своего рода, божественной помощи.

Молитва – это один из инструментов духовного продвижения человека. Не каждый человек обратится к Богу: душа закрыта, закупорена, не поддается собственным мольбам. Для того чтобы обратиться с просьбой к Богу, человек должен осознать влияние Бога на мир (т.е. связь виртуальной и материальной реальностей), почувствовать, насколько Божественная помощь необходима и это – серьезная внутренняя работа человека, один из путей познания мира. Награда за молитву – это награда именно за такую внутреннюю работу [4.С.45].

Кого бы и о чём бы, человек не просил, он приводит своё сознание в созидательное состояние. Молясь, в душе человека побуждаются чувства, чувства проявляются как эмоции. Соответственно, и молитва может способствовать как возвышению человека, так и его унижению.

Человек желающий быть свободным, сам должен управлять своим сознанием, не перекладывая ни на кого этого важного для его судьбы и жизни дела. Он должен молиться своими словами, писать свои молитвы, или подбирать те, которые ему по душе. Человек должен знать о своей Божественной природе. Он должен быть уверен в себе, инициативен и ответственен.

Философская концепция молитвы говорит о том, что молитва является диалогом. В процессе молитвы человек не конкретно что-либо просит, а стремится войти в тесный контакт с Богом. При этом стремление – это тоже механизм вхождения в виртуальное пространство.

Сила молитвы – это количество и качество эмоций, проявлению которых она способствует. И каждую молитву можно оценить по этим свойствам. Когда в душе у человека жизнеобразующее состояние, он может творить. Положительные эмоции необходимы человеку для полноценного здоровья. Отсюда очевидно исцеляющее действие положительных эмоций. При нехватке в жизни таковых, недостаток в их формировании нужно восполнять различными методами.

Уникальность молитвы в том, что другие обращения могут стать привычными, рутинными, общепринятыми. Молитва может избежать этого, так как она является прямым обращением к Богу. В любой ее форме – это всегда четкое обращение человеческого «Я» к божественному «Ты».

Молитва – это речь в любой форме: просьба, мольба, благодарность, жалоба, беседа. Молитва является наиболее личным проявлением связи человека со Всевышним. Её сила в простоте, но при этом она чрезвычайно сильна философски – обращение к Богу в принципе возможно! В молитве человек исходит из веры и надежды на то, что Бог услышит его. Этим он объясняет появление чувства близости к Богу: молитва человека – это обращение сына к Отцу!

Понятно, что вера (мироощущение) управляет сознанием, и это – аксиома, т.е. ей не требуются доказательства. Молитвы появились в религиозной среде, но являются универсальными методами управления сознанием. Их универсальность заключается в том, что они являются формой взаимодействия со Всевышним, с которым нужно всё делать вместе. Поэтому они могут использоваться безо всяких оглядок и ограничений.

В разговоре с Творцом необходимо ощущение непосредственного диалога с ним, личного контакта с Богом. В этом разговоре «наши» слова – это мысли, слова, дела; «слова» Бога – это все, происходящее с нами.

Люди давно поняли силу молитв, и те, кто поставил своей целью управлять людьми, широко пользуются для этого молитвой. Вводя практику молитв на производстве, руководитель предприятия четко должен осознавать всю степень ответственности. Так как наряду с воспитанием сознания, молитва как инструмент управления, может привести к манипуляции персоналом. Но с другой стороны, молитва

своим воздействием позволяет создать позитивную обстановку на производстве, без злобы и зависти, подчинив персонал работе на единую цель, воодушевив общим делом.

Таким образом, сущность молитвы позволяет нам заключить, что,

- во-первых, молитва – это естественное состояние сознания, без которого человек ослабевает духовно, физически, психически и начинает болеть;
- во-вторых, ряд современных наук изучают молитву как естественный механизм самовведения в «виртуальное состояние», принципы которого до сих пор не выяснены;
- в-третьих, эта тема перспективна в научном отношении и должна быть исследована дальше.

Список использованных источников и литературы

1. Гарифуллин Р. Иллюзионизм личности как новая философско-психологическая концепция. – Казань, 1997. – С. 5
2. Косик Т.И. Молитва как духовный процесс в сознании личности // Мат-ли Всеукр. Наук. пр. конф. «Актуальні проблеми клінічної, експериментальної та профілактичної медицини». – Донецьк, 2001. – С. 25
3. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – М., МГУ, 1999. – С. 118
4. Цуладзе А.И. Политические манипуляции, или покорение толпы. – М., МГУ, 1999. – С. 45

ПРОБЛЕМЫ УТЕЧКИ УМОВ ИЗ РОССИИ

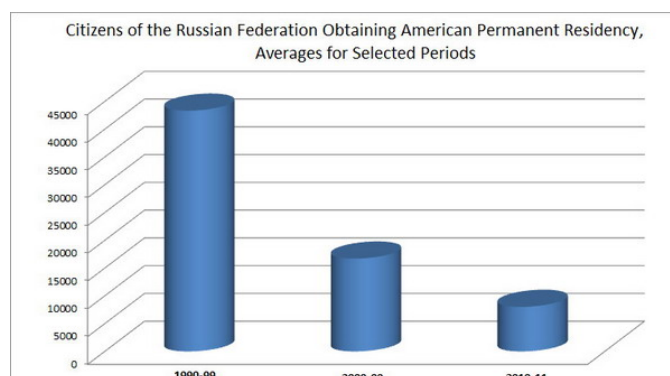
Осинский Р.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Когда я начал писать эту статью я думал что у нас в стране в этой сфере все очень печально. Я так считал так, потому что и сам хочу уехать из России да и большая часть моих знакомых разделяют мое мнение. Я излагаю свое мнение из того что я самолично был в большинстве европейских странах общался с иностранцами и видел уровень жизни населения этих стран и мне есть с чем сравнивать. Но оказывается все не так плохо.

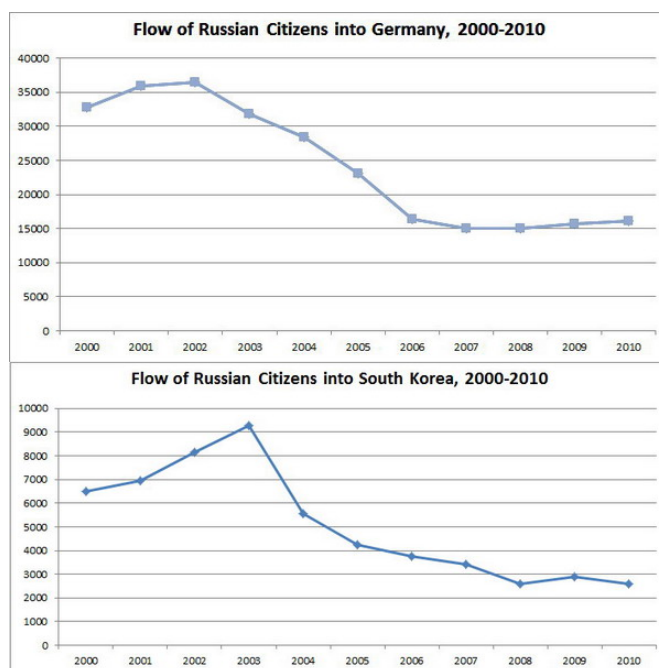
Но давайте начнем с самого начала, с распада СССР. Тогда то и начался массовый отток населения и научных работников из страны. Согласно неправительственным источникам, только «за первую половину 90-х годов из страны выехало не менее 80 тысяч ученых, не считая простых граждан а прямые потери бюджета составили не менее \$60 млрд.» [1] и это очень много народу и немалое количество денег затраченное нашим правительством на их обучение. Между тем, согласно данным фонда «Открытая экономика», отъезд наших соотечественников за рубеж не только не уменьшается, но существенно возрастает за последние годы, при этом расширяется список стран. Но всё равно большой отток идет в США. Анализ, проведенный на основе базы Scopus (библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях), показал, что более 50 % публикаций российской научной диаспоры идут из США. И неудивительно что самые передовые технологии имеет Американское правительство. Но с началом кризиса отток в США существенно снизился. Это можно заметить в диаграмме находящейся под этим текстом (диагр.1) [2].

Диаграмма 1. «Снижение прироста русских эмигрантов в США за двадцать лет (по данным мониторинга изучения проблем миграции русского населения в Америку, проведенным ОСЭР в 2011 г.)»



Также с приходом кризиса в нашу страну отток граждан снизился и в другие страны. Возьмем динамично развивающихся и законопослушных стран Германии и Южной Кореи. Это видно по диаграмме представлена организацией ОСЭР (Организация экономического сотрудничества и развития – международная экономическая организация развитых стран, признающих принципы представительной демократии и свободной рыночной экономики) (диагр. 2).

Диаграмма 2 и 3. «Снижение притока русских эмигрантов за последние десять лет в Германии и Северной Корее» (По данным мониторинга изучения проблем миграции русского населения в Германию и Северную Корею, проведенным ОСЭР в 2011 г.)



По этим графикам мы видим, что отток научных умов с течением уменьшается, но не прекращается. Теперь рассмотрим, почему в России начался резкий отток «мозгов». В 90х это было связано с тем что после семидесяти лет «Железного занавеса» люди, прожившие взаперти почувствовали свободу и начали стихийно уезжать из страны в страхе что границу вновь закроют. Также лишним стимулом были:

- 1) низкий уровень оплаты труда;
- 2) неудовлетворительная материально-техническая и приборная база;
- 3) политическая нестабильность и криминогенная обстановка;
- 4) бюрократизм и волокита в своей стране, блокирующие возможность продуктивного труда;
- 5) низкая заработная плата научным сотрудникам.

В 2000-х приоритеты у людей поменялись. Правительство в это время стало более стабильное и люди поняли, что большая часть эмигрантов без научного образования за границей никому не нужны. А с приходом кризиса в октябре 2008 и по сей день заграничным странам нужны тока научные кадры. А как вы знаете наша страна не очень то и дорожит научными кадрами, это видно по тому какая заработная плата у научного персонала, по большей части устаревшее оборудование, вливание денежных средств только в нефтяную и военную промышленность, продажа нерентабельных заводов и цехов и складов. И то, что в России делают первый русский смартфон YOTaPhon уже 4 года.

Судя из этой статьи можно судить о том, что нашему правительству надо сменить приоритеты и начать больше уделять внимание людям, да правильно, что наше правительство зарабатывает деньги на нефти и поддерживает оборону страны то также вкладывать деньги надо и в остальные сферы науки.

Список использованных источников и литературы

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Утечка_мозгов
2. http://oecd.ru/oecd_rf.html
3. <http://www.scopus.com>
4. <http://ashpi.asu.ru/kiak/brainflow.html>
5. <http://www.inosmi.ru/russia/20130228/206450483.html>
6. <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3052707>

МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

Очеретин К.Г., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Явление миграции рабочей силы было известно давным-давно, еще в X веке. С того времени и по сей день оно подвергалось изменениям из-за того, что менялся общественный строй, а в след за этим и мировоззрение людей. Страны уже тогда пытались управлять, систематизировать и фиксировать

миграционные процессы. Но только сейчас, в наши дни эти попытки смогли привести к положительным результатам.

Проблема трудовой миграции очень актуальна в наши дни, так как многие имеют возможность беспрепятственно въезжать на территорию иностранных государств. Люди выезжают на территорию другой страны или региона преимущественно для того, чтобы попытаться найти более высокооплачиваемую работу. Активно протекающий повсеместно процесс интернационализации производства сопровождается интернационализацией рабочей силы. Международная трудовая миграция стала неотъемлемой частью экономических отношений. Миграционные потоки тянутся из одних стран и регионов в другие. Конечно, трудовая миграция создаёт определенные проблемы, но она так же обеспечивает бесспорные преимущества странам, которые готовы принимать и поставлять рабочую силу.

Интенсификация миграционных процессов, наблюдающаяся в последние десятилетия, выражается как в количественных показателях, так и в качественных. А именно изменяются направления и формы передвижения трудовых потоков. Одним из проявлений демократизации и интернационализации социально-культурной и хозяйственной жизни общества, а также последствий резких межнациональных противоречий, прямых столкновений между народами и странами, чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий являются масштабные перемещения населения и трудовых ресурсов в разных формах внутри страны и между странами. В них участвуют так называемые добровольные мигранты, которые пользуются возможностями и правами, предоставленными им международными рынками труда и мировой цивилизацией для выбора работы и места жительства. Ещё – это вынужденные мигранты, беженцы, покидающие родной дом не по своей воле, а под влиянием жизненной ситуации. Еще недавно не ощущавшее особенности, размеры и последствия процессов миграции на международном уровне, мировое сообщество столкнулось с необходимостью координировать усилия многих стран для коллективного регулирования миграционных потоков и разрешения острых ситуаций.

Экономическое благополучие – вот причина наиболее массовых и устойчивых потоков миграции. В целом легальной иммиграцией также просто управлять, как нетрудно регулировать путем льгот, запретов и преференций импорт того или иного товара, востребованного на внутреннем рынке. Это не значит, что из-за этого снизится число иностранцев, потому что иммиграция может перейти в нелегальные формы. При этом разумный предел прогнозирования будет ближе к экономическим показателям, чем к демографическим. Вполне допустимо, что потенциальные мигранты выставляют в сравнение ожидаемой полезности дохода в странах выезда ожидаемую полезность в странах въезда. Модель имеет смысл, только в том случае если во внимание принимать большое разнообразие конкретных ожиданий, сильно различающихся в зависимости от образования, квалификации, возраста и имущественного состояния. Если посмотреть с одной стороны, то даже простые модели, в которых условные потенциальные мигранты сопоставляют доступность источников дисконтированных реальных доходов с самими этими источниками на родине и за границей, могут значительно исказить обычно характеризующуюся дефицитом информации и навыков интерпретации реальность. С другой же стороны, не всякое изменение доходов создает нужный мотив для начала трудовой миграции.

Вообще люди руководствуются не только экономическими соображениями. Привычная культурная среда, особенно родной язык, родственные связи, знакомый с детства образ жизни, друзья – всё это наиболее важные факторы сдерживания, которые нельзя выразить в цифрах. Они могут уравновешивать экономические мотивы выталкивания. Вот почему при достижении некоторого порога благосостояния и задолго до полного выравнивания экономических уровней стран въезда и выезда потоки миграции между странами часто заканчиваются. Как показали эвристические исследования, поток трудовых мигрантов из южной части Европы в западную прекратился в 2000-х годах, когда в Испании, Португалии, Италии и Греции внутренний валовой продукт достиг четырёх тысяч долларов на человека. Миграция между странами снижается, когда между ними различия в ВВП на душу населения сокращаются до 50%. Хотя при этом сумма миграционных потоков в мире вовсе не убывает. Громадные перепады политических, экономических и социальных условий, как и раньше, формируют большой резерв желающих переселиться туда в лучшее место.

Однако географическое местонахождение центров выталкивания и притяжения мигрантов меняется. Трудно представить себе, что в ближайшем будущем экономические условия в мире до такой степени выровняются, что трудовая миграция совсем исчезнет. Скорее всего, всё будет наоборот. То есть экономическое развитие станет более неравномерным, а глобальное информационное поле будет доходчивее и настойчивее формировать миграционные установки. В некоторых странах иммиграция позволяет удовлетворять спрос на труд, заполняя низы социальной пирамиды, поддерживает восходящую социальную мобильность резидентов, снижая цену труда, а также повышает прибыльность предпринимателей и конкурентоспособность национальной экономики.

Количественные показатели, которые связаны с миграцией рабочей силы, являются частью баланса текущих операций. Они классифицируются по статьям трудовых доходов и частных неоплаченных переводов, представляющих оценочный денежный эквивалент имущества, которое перемещается мигрантами в момент их переезда и последующих посылок денег и товаров на родину. Распределение благоприятного экономического эффекта, получаемого в результате миграции,

происходит в виде роста доходов мигрантов, переводов денежных средств из-за границы на родину, а также в результате уменьшения издержек производства в государствах, получающих денежные переводы. Основным направлением иммиграции являются развитые государства, а источником эмиграции – развивающиеся страны. Государственное регулирование международного рынка труда основывается на национальном законодательстве принимающих стран и стран, которые экспортируют рабочую силу, а также на межгосударственных и межведомственных соглашениях между этими странами. Регулирование осуществляется либо мотивацией иммигрантов к возвращению на родину, либо путём принятия программ, направленных на ограничение притока иностранной рабочей силы. Большая часть принимающих стран при регулировании иммиграции используют селективный подход. Отсев нежелательных иммигрантов осуществляется на основе требований, предъявляемых к квалификации, возрасту, образованию, состоянию здоровья, на основе количественного и географического квотирования, прямых и косвенных запретов на въезд, временных и иных ограничений.

Список использованных источников и литературы

1. Официальный сайт Центра демографии и экологии человека – URL: www.demoscope.ru
2. Бояркин Г. Трудовая миграция и экономический потенциал района // Человек и труд. – №2. – 2003. – С. 25–27
3. Биффель Г. Миграция и ее роль в интеграции Западной Европы // Проблемы теории и практики управления. – №4. – 2002. – С. 63–67
4. Дмитриев А.В. Миграция: конфликтное измерение. – М.: Альфа, 2007. – 416 с.
5. Дергачев В.А., Геополитика. М.: Юнити, 2004. – 526 с.
6. Цапенко И. «Ренессанс» экономической миграции на Западе // Вопросы экономики. – №11. – 2002. – С. 108–121
7. Зинченко Н.Н., Миграция населения. Теория и практика международно-правового регулирования. – М.: Внешторгиздат, 2003. – 264 с.
8. Копылов В.А., География населения. – М.: ИТК Дашков и К, 2005. – 161 с.
9. Международные экономические отношения. – М.: Юнити, 2003. – 461 с.
10. Соренсен Е. Иммигранты и иммиграционная политика. – М.: Гринвич, 2001. – 130 с.

РЕЛИГИЯ И КАРЬЕРА: СОВМЕСТИТЬ НЕСОВМЕСТИМОЕ

Павлова Д.И., студент

Томский политехнический университет

Реально ли совместить религию и карьеру? На самом деле дилеммы тут никакой нет. Религия религией, карьера карьерой. Успешный человек должен быть таковым во всем. Но в сутках лишь двадцать четыре часа, а религия, равно как и карьера, требует времени, поэтому в неравной борьбе за внимание индивидуума честолюбивые устремления и личная жизнь могут столкнуться – найдет коса на камень. Однако не стоит сдаваться и считать сложившуюся ситуацию трагической, неразрешимой. Ведь выход есть из любого положения [2].

«Слово «религия» означает «путь к Богу». То есть это некое направление внутреннего движения. Весь вопрос в том, где человек находится на этом векторе. Нельзя говорить, что есть люди нерелигиозные, а есть религиозные, ведь атеизм тоже является религией. То, к чему в атеизме стремится человек, может называться «свободой, равенством, братством», нравственностью или «всеобщим благом». В любом случае – это движение в одну сторону. К высшему началу» [1].

Сегодня Конституция гарантирует гражданам России свободу вероисповедания и, как следствие, свободу выражения своей веры. Хотя сейчас в России появилось множество коммерческих структур, в которых совершенно четко «разрешена» только одна религия. Предметом данного исследования является изучение ошибок религиозных людей различных направлений в общении друг с другом при взаимодействии в рабочей обстановке. Цель исследования – как людям разных религий выжить под крышей одного офиса, и может ли проблема взаимопонимания людей различных религий повлиять на карьеру.

Безусловно, далеко не всем сотрудникам подобных организаций по нраву такое положение вещей. У каждого есть выбор, человек в состоянии решить сам за себя, хочет он работать в такой компании или нет. «Навязывание своих религиозных убеждений подчиненным – распространенная ошибка руководства. С одной стороны это понятно: человек понял для себя нечто очень важное и хочет поделиться своей радостью со всеми. Однако всегда надо помнить, что невольник не богомольник, директива начальства к истинной вере никогда не приведет».

Надо всегда стараться не обижать людей. Например, на вопрос «ты веришь?» христианин должен ответить «да». Но когда православного угощают печеньем, а он отворачивается и говорит: «Ну, неужели вы не знаете, что у меня пост!?!», – этим он может задеть человека.

Но чаще всего верующий человек сталкивается с непониманием со стороны коллектива, а не наоборот. Атеизм – одно из самых нетолерантных течений. Все древнейшие священные книги учат нас принимать и любить друг друга, тогда как атеизм не приемлет и не понимает тех, кто верит.

Многие неверующие и «пассивно верующие» сотрудники воспринимают религиозных коллег как «странных», «себе на уме». И с точностью до наоборот. Распространенная ошибка христиан – считать людей, которые не ходят в церковь, людьми второго сорта. Однако само по себе посещение храма ничего не значит, здесь важнее всего внутренняя работа.

Следующая ошибка многих верующих – ощущение внутренней монополии на религию и Христа. Мол, мы постились, мы молились, мы только и заслуживаем Пасху. А что это Марьяванна все подряд ела, ничего не делала, а куличи печет да яйца красит? Это неправильно. Радость и вера общая. Это всегда надо помнить [1].

Чтобы существовать мирно под одной офисной крышей, нужно соблюдать важное правило: терпимость. А терпимость невозможна без чувства юмора и самоиронии. «Мудрые говорили: «Встретив Будду, посмейся над ним. Если он настоящий – он посмеется вместе с тобой. Если воспримет это плохо – держись от него в стороне».

Помимо определения «путь к Богу», слово «религия» носит в себе также и второе значение: принадлежность к обществу, в котором установлены определенные отношения между людьми и соблюдаются правила, обряды, традиции. Принадлежность к этому обществу, прежде всего, должна приносить радость. Религия как путь к Богу отличается от секты именно чувством юмора.

Однако если ваши религиозные убеждения мешают непосредственному выполнению рабочих обязанностей, это желательно сразу обговорить на стадии приема на работу. Ничего страшного, если человек по религиозным причинам будет пропускать половину рабочего дня в пятницу. По договоренности он, например, может дорабатывать эти часы в воскресенье. Главное – с самого начала расставить все точки над «и». Например, обговорить это в трудовом контракте.

Начальству же, со своей стороны, нужно быть внимательнее. Если человек в офисе странно себя ведет, его у нас принято наказывать, не разбираясь. Однако в большинстве случаев проблемы типа пропущенной «половины пятницы» можно безболезненно решить. Это вопрос понимания, которое у нас в офисах не принято. У нас принят просто контроль.

Любые вероисповедания людей надо уважать. Как говорил Иисус Христос: «Да любите друг друга». Все знают эту простую истину, но очень мало у кого это в действительности получается.

Если вы считаете, что религия не позволит вам построить карьеру, то горько ошибаетесь. Одно другому не помеха. Дабы не ставить себя перед несуществующей дилеммой «карьера или «религия», решите, чего именно вы хотите. Расставьте приоритеты.

В идеале нужно найти золотую середину: чтобы по возможности утром с удовольствием вставать на работу, а после работы с не меньшим удовольствием идти домой. Но жизнь штука сложная, и не всегда получается так, как мы мечтаем... Но ведь тогда у нас есть к чему стремиться![2].

Список использованных источников и литературы

1. Религия и офис: совместить несовместимое? [Электронный ресурс] – URL: <http://www.rb.ru/article/religiya-i-ofis-sovmestit-nesovmestimoe/5256387.html>
2. Религия и карьера: как совместить несовместимое [Электронный ресурс] – URL: <http://emax.ru/buslife/work/909-.html>

СРЕДОВОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА. ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ МОНТЕССОРИ И ВАЛЬДОРФА В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ.

Плуталова А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Для начала введем понятие «Человеческий капитал». Человеческий капитал (определение по Г. Беккеру) – это совокупность врожденных способностей и приобретенных знаний, навыков и мотиваций, целесообразное использование которой приведет к увеличению дохода (на уровне индивида, предприятия или общества). Человеческий капитал нужно развивать. Сразу напрашивается вопрос: «Кто его развивает?».

Инвестиции в человеческий капитал осуществляет:

- государство;
- сам человек и его семья;
- бизнес.

В данной статье нас интересуют инвестиции в человеческий капитал со стороны бизнес-организации. Существует две системы развития человеческого капитала в бизнес-организациях:

- «сверху»;
- «снизу»;

«Сверху» – это так называемая система «напихивания», то есть это система, при которой руководство фирмы пытается загрузить в головы сотрудников большой объем информации, совершенно

не интересуясь: есть ли интерес у подчиненных, есть ли желание и возможность принять и продуктивно применить данную информацию. Но ведь человек – это не мусорная корзина, а факел, который нужно зажечь. Поэтому система «снизу» гораздо эффективней – так как в ней сотрудники сами стремятся к знаниям, информации, они все время хотят саморазвиваться все больше и больше. При такой системе задача руководства создать условия, в которых сотрудникам будет комфортно находиться, и их развитию ничего бы не мешало. Здесь можно привести в пример транснациональные корпорации Facebook, Google, Abbuu, в них создана максимально комфортная атмосфера для работы, а именно, нет большого количества запретов, и сотрудник ведет себя так, как ему привычно и комфортно. Когда человек находится в гармонии с собой, то работает он во много раз эффективней, чем, когда ему приходится преодолевать много барьеров во время работы. И как мы видим, эта система работает, так как эти ТНК одни из лидеров в своей области.

Эта система не что-то новое. О человеческом капитале говорили еще Монтессори и Вальдорф, только системы, которые они предлагали, были предназначены для воспитания детей. Но данные системы можно применять не только в школах и детских садах, но и в бизнес-организациях, давайте посмотрим как это можно осуществить, только перед этим обозначим основные аспекты систем Вальдорфа и Монтессори.

В Вальдорфской системе большое внимание уделяется духовному развитию. День делится на три части: духовно-научную, душевную и креативно-практическую. Также, основным принципом данной системы является то, что ребенок должен заниматься той деятельностью, к которой у него есть расположенность, которая не вызывает у него сопротивления. Все новые знания даются ребенку через чувственное или эмоциональное восприятие. Любая деятельность, которой занимается ребенок должна вызывать у него интерес. Должен быть выработан четкий распорядок дня, чтобы происходил переход от умственной к физической деятельности, и наоборот, это делается для сохранения здоровья детей. Ребенок постоянно должен находиться в гармонии с собой и с окружающей средой. Учитель является авторитетом для ребенка, поэтому учитель должен постоянно саморазвиваться.

Что же касается системы Монтессори, то в ней ребенок более независим, он развивается в собственном темпе, индивидуальность ребенка стоит во главе угла. Согласно данной системе ребенок должен развиваться без критики, похвалы и наставлений, то есть без какой-либо оценки. Воспитатель наблюдателя за тем, что делает, что выбирает ребенок, но вмешивается в этот процесс лишь тогда, когда сам ребенок его об этом просит. Ребенок придерживается принципа: «Помоги мне сделать всё самому». О своем окружении ребенок тоже заботится сам, и очень важно научиться уважать особенности другого человека, который находится рядом.

После того, как мы познакомились с данными системами, мы попробуем перенести эти системы на бизнес-организацию. У нас есть две системы, у каждой из которых есть главные аспекты, на которую она опирается. Начнем с Вальдорфской системы. Первый принцип Вальдорфской системы в бизнес организации: руководитель организации должен всегда находиться в саморазвитии и никогда не стоять на месте, так как он является авторитетом для остальных сотрудников. Подбор кадров должен осуществляться не по схеме «Сотрудник – задача», а наоборот под определенную деятельность ищется сотрудник, у которого есть расположенность к данному виду работы, и тогда сотрудник не будет выполнять эту работу через силу, а будет выполнять ее с удовольствием, следовательно и выполнит он ее более качественно, при этом не раздражая свою нервную систему. То есть еще один принцип такой системы в бизнес организации: находить сотрудников, расположенных к виду той деятельности, которой они будут заниматься в этой фирме. А также, у сотрудников должен быть интерес к своей работе. Следующий аспект системы – это распорядок дня, в фирме должен быть внедрен распорядок дня, согласно которому в первой части дня сотрудники должны заниматься умственно-научной работой (например, составлением договоров, изучением документов). Во второй половине дня должен быть обязательно эмоциональный и физический отдых. А в третьей части дня работники должны заниматься практической деятельностью. Это делается для того, чтобы работа не была рутинной и однообразной. Также руководитель должен создать дружественную и уютную обстановку. Сотрудники должны работать в команде. Такая система, несомненно, принесет свои плоды, так как сотрудники будут находиться в комфортных условиях, в гармонии с собой и с окружающей атмосферой, им будет интересно работать, поэтому работа для них не будет столь утомительно. А значит, и работать сотрудники более качественно.

Теперь проанализируем систему Монтессори. Первый принцип в системе Монтессори в бизнес-организации: у каждого сотрудника свой темп работы, и не надо пытаться изменить этот темп, так как продуктивно работать человек может только в собственном темпе. Поэтому нанимая сотрудника, надо учитывать этот аспект и принимать на работу только тех сотрудников, к темпу которого руководитель не имеет претензий и данный темп подходит для организации. Следующий принцип данной системы является атмосфера в фирме. То есть сотруднику в данной фирме должно быть комфортно, не нужно своих подчиненных облагать сплошными запретами и правилами, тогда человеку постоянно приходится переступать через свои принципы, систему ценностей, привычки и интересы, а это все лишь негативно сказывается на результатах работы. Наоборот, пусть сотрудник организует свою работу так, как удобно ему, в данной системе большое значение уделяется индивидуальности работника, и руководитель

должен давать возможность сотруднику проявлять эту индивидуальность: пусть сотрудник оформит свое рабочее в своем стиле, пусть у каждого сотрудника будет свой собственный дресс-код и т.д.

Следующий принцип системы касается организации отношений между руководителем и подчиненным. Приказно-исполнительная форма перестает быть эффективной. Гораздо эффективней система управления по КРІ (ключевые показатели эффективности). То есть руководитель заранее обговаривает объем работы с сотрудником, и сотрудник сам говорит какой объем работы он сможет выполнить к концу месяца, тогда заработная плата начисляется в пропорции к объему выполненной работы, то есть если выполнен весь объем работы, то выплачивается 100%, если половина объема – то 50%. Почему это эффективно? Потому что сотрудник сам принимает решение, на него никто не давит, сотрудник сам оценивает свой объем работы, он сам себе ставит задачу, и, следовательно, ее выполняет. Задача руководителя в данной ситуации следить за тем, чтобы объем работы, за который берется сотрудник, был обоснованным. Еще один принцип: это слаженная команда: работники должны взаимодействовать в команде, уважать личное пространство и позицию друг друга.

Проанализировав обе системы, мы можем выделить общие черты, которые характерны для обеих систем:

- комфортная для работника атмосфера;
- уважение своих коллег и умение работать в команде;
- заинтересованность в работе.

В итоге я хотела бы сказать, что будут ли эти системы эффективно работать, зависит и от личной активности человека, и от способности к саморазвитию. В художественном произведении А.С. Макаренко «Педагогическая поэма» автор говорит о таком понятии, как «перспектива», он вкладывал в это такое значение: осознанная и воспринятая человеком перспективная цель, которая становится мобилизующей силой, помогающей преодолевать трудности и препятствия. То есть если у человека нет таких целей, то в какую обстановку бы он ни попал, он не будет выдавать никаких результатов, так как просто ему это будет не надо.

Список использованных источников и литературы

1. Беккер Г.С. Человеческий капитал, 1964.
2. Монтессори М. Помоги мне это сделать самому. /Сб. Сост. М.В. Богуславский, Г. Б. Корнетов. – М.: Карапуз, 2000.
3. Монтессори М. Значение среды в воспитании. Пер. с итал. К. Памфиловой // Русская школа за рубежом. – Прага, 1926. – Кн. 17. – С. 419-424.
4. Обучение в вальдорфской школе (сборник статей) – Москва, 1995.
5. Вальдорфская педагогика (антология) /под ред. А.А. Пинского. – М.: Просвещение, 2003
6. Макаренко А.С. Педагогическая поэма – URL: http://lib.aldebaran.ru/author/makarenko_anton/makarenko_anton_pedagogicheskaya_poyema/

УТЕЧКА МОЗГОВ ИЗ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Почекутова О.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Проблема «утечки мозгов» остается актуальной в настоящее время в России. Данным термином обозначен процесс, процесс, при котором из страны или региона эмигрируют специалисты, ученые и квалифицированные рабочие по политическим, экономическим, религиозным или иным причинам [1]. С переходом на рыночные отношения, данная проблема является серьезной, поскольку, не разрешив ее, невозможно дальнейшее экономическое развитие нашей страны. Никто не станет оспаривать тот факт, что россияне продолжают покидать свою родину. В последнее время все больше желают уехать из России обычные студенты, а также ученые. А ведь это люди, которые через несколько лет будут строить не только собственную карьеру, но и жизнь всего государства. Это тревожный знак для родимого отечества.

Экономическая ситуация в стране такова, что молодые специалисты, закончившие Высшее учебное заведение, остаются невостребованными по своей специальности. Но наряду с этим в нашем государстве существует и ряд других проблем, оказывающих негативное влияние на рынок рабочей силы. К ним относятся: низкий уровень оплаты труда; неудовлетворительная материально-техническая и приборная база; низкий престиж статуса ученого в России; политическая нестабильность и криминальная обстановка; научный и материальный успех за рубежом многих ученых, покинувших Россию; бюрократизм и волокита в своей стране, блокирующие возможность продуктивного труда.

Масштабная «утечка мозгов» из России началась с общего экономического кризиса 1990- годов, существенно сокративший поддержку Правительством научной деятельности и принудил отечественных производителей отказаться от проведения научных исследований на своих предприятиях, поскольку их положительный эффект мог проявиться лишь в перспективе. Процесс «утечки мозгов» за рубеж начался в начале 1990-х годов после распада СССР, когда в стране резко ухудшилась экономическая ситуация.

Причем, многие российские ученые, покинувшие страну после распада СССР, занимали ведущие позиции в составе научного сообщества. Как правило, за границу уезжали наиболее одаренные специалисты, либо являющиеся лидерами приоритетных исследовательских направлений, либо обещающие таковыми стать. Тем временем, число занятых в науке с 1991 по 1999 год сократилось более чем в два раза (с 878,5 тыс. до 386,8 тыс. человек) [2].

В результате, только в Соединенных Штатах сейчас работают десятки тысяч русских ученых, а общий показатель «утечки мозгов» за границу до сих пор не поддается подсчету. Дело в том, что официальная статистика учитывает только тех специалистов, которые выезжают в зарубежные страны на постоянное место жительства. Известно, однако, что массовая «утечка мозгов» привела к возникновению возрастного разрыва и к потере связи между поколениями в научном сообществе России: уже в 2000 году ученых младше 29 лет насчитывалось только 10,6%, в возрасте 30-39 лет – 15,6%, 40-49 лет – 26,1%, а старше 50 – 47,7%. Согласно неправительственным источникам, только за первую половину 1990-х годов из страны выехало от 60 до 80 тыс. ученых. Некоторые исследователи оценивали ежегодные потери России в 1990-е годы от «утечки мозгов» в \$ 50 млрд. и утверждали, что она нанесла невосполнимый урон интеллектуальному потенциалу страны.

В настоящее время выезд граждан из Российской Федерации на постоянное место жительства в другие страны не стал массовым, но всё же он заметен. Помимо эмиграции в дальнее зарубежье граждане нашей страны довольно часто уезжают в страны СНГ и государства Балтии. Многие выходцы из России проживают в Польше. В связи с этой эмиграцией наши сограждане работают и живут в Германии, США, Англии, Франции, Канаде, Финляндии, Бразилии, Аргентине и во многих других странах.

В последние годы из страны за рубеж уезжают высококвалифицированные рабочие и инженеры, ученые, врачи, интеллигенция, студенты.

По данным Росстата РФ общая международная миграция населения в 2010 году составила – 26 462 человек, а в 2011 году – 29 549 человек [3]. Исходя из этих данных, можно сделать вывод о том, что в современной России миграция высококвалифицированных ученых и молодых специалистов увеличивается.

Для стран эмиграции «утечка умов» имеет крайне негативные последствия, истощая их научно-технический и интеллектуальный потенциал, сдерживая экономическое развитие. Развитые страны, наоборот, получают значительный положительный эффект за счет концентрации у себя интеллектуальной элиты.

Отток высококвалифицированных специалистов из научной сферы идет по двум направлениям:

- внешняя интеллектуальная миграция (эмиграция из страны, то есть внешняя утечка умов);
- перемещение специалистов из сферы науки в иные сферы трудовой деятельности (перемещение внутри страны, внутренняя утечка умов).

При рассмотрении проблемы внешней интеллектуальной миграции необходимо признать крайнюю нехватку статистической информации. До сих пор точно неизвестно, сколько российских ученых уже работают за рубежом, сколько возвращаются и какое количество уезжает ежегодно.

Если сотрудники уезжают, то надо попытаться их собрать и объединить в совместных исследованиях с соотечественниками, создавая на территории России «исследовательские институты без границ». Разделы такой программы могут быть следующими:

1. Включение с помощью диаспоры российских институтов на основе коммуникационных технологий в международное научное сообщество.
2. Преодоление научной изоляции и выравнивание потоков научной информации («Зарубежье – Россия»).
3. Облегчение прохождения российских англоязычных публикаций в зарубежных журналах.
4. Подъем международного престижа отечественной науки и ее коммерческой ценности.
5. Выявление возможностей и источников поддержки российских ученых за счет средств из международных фондов и средств от зарубежных университетов.
6. Расширение научных контактов с зарубежными партнерами, стимулирование отечественной науки путем превращения парных взаимодействий между отдельными учеными в кооперативные, на основе объединения диаспоры в разных странах.

В настоящее время Россия не может позволить себе отказываться от своего научного потенциала в пользу «мировой науки». Требуется скорейшее осознание проблемы «утечки умов» как чрезвычайно опасной для государственной целостности России и ее дальнейшей судьбы.

В связи с тяжелой обстановкой на международной арене необходимо довольствоваться и рассчитывать только на собственные силы. Решение проблемы «утечки умов» позволит сохранить хотя бы минимальный уровень развития отечественного научно-технического и производственного потенциала, который в случае резкого ухудшения внешних и внутренних условий гарантировал бы выживание страны за счет собственных интеллектуальных и технологических ресурсов.

Для этого следует провести следующие мероприятия:

- создать (используя опыт Кореи, Тайваня, Индии, других стран) и ввести в действие механизм, облегчающий адаптацию возвращающихся из-за границы специалистов: материальные льготы и научные

преференции, формирование специальных бюджетных и внебюджетных фондов поддержки наиболее перспективных научных направлений и наиболее талантливых деятелей науки;

- усовершенствовать законодательную и правовую базу в области эмиграции высококвалифицированных кадров – для защиты их и государственных интересов, а также прав личности. Необходимо использовать опыт стран Центральной и Восточной Европы, которые несколько раньше стран СНГ столкнулись с масштабной «утечкой умов». В этих странах использовались различные меры: мероприятия, направленные на развитие научного сотрудничества с зарубежными странами, разработка национальных программ, определяющих приоритеты в финансировании науки.

Большое значение также имеет сотрудничество научных институтов с экономическими агентами, которые действуют в различных отраслях национальной экономики.

Таким образом, «утечка умов», или интеллектуальная миграция, является серьезной проблемой мирового масштаба. Главным образом эта проблема касается стран с менее устойчивой экономикой. Государства не в состоянии удовлетворять в достаточной степени все потребности населения, а население не желает мириться с отсутствием достаточного внимания. Из этого вытекает желание уехать в другое место, в другую страну, где труд более высоко оплачивается, где в большей степени ценится умственная работа. Это выгодно для принимающих стран, так как они зачастую имеют возможность выбирать более подходящие кадры, более высококвалифицированные и достойные. Принимающие страны за счет мигрантов поднимают еще выше уровень экономики, безопасности и престижа на мировой арене. Очень остро стоит проблема интеллектуальной миграции и в России. Здесь в недостаточной степени ценится труд научных работников. Ученые, профессора, преподаватели, специалисты других областей считают, что их деятельность заслуживает более трепетного внимания и уважения. В сравнении с заработной платой специалистов в других странах не нужно быть экспертом, чтоб понять, что в России материальное вознаграждение за вклад в подъем престижа науки и других сфер недостаточно велико и даже неадекватно, смешно.

Проблема «утечки умов» заслуживает огромного внимания во всем мире и в нашей стране. Необходимы все новые и новые меры по предотвращению высыхания интеллектуального потенциала отдельных стран.

Список использованных источников и литературы

1. Академик – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/
2. «Утечка мозгов» как глобальное явление [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. 2008 – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2008/1653>
3. Росстат – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_107/Main.htm

«ПСИХОЛОГИЯ САМОСТИ» Э.ЭРИКСОНА И ЛОГОТЕРАПИЯ В.ФРАНКЛА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Прозорова О.Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Каждый человек в своей жизни пытается найти ответы на интересующие его вопросы, переживает, определенные стадии развития и пытается «найти себя в жизни», стоя перед выбором. Стремление к поиску смысла свойственно для всех людей – оно живет в каждом из нас. Всякий открывает для себя свой – индивидуальный смысл своего существования. Развитие человека тесно связано с условиями бытия, а также его представлений о смысле жизни. Целью данной работы является выявить общность теорий Эриксона и Франкла с механизмами в управлении персонала.

«Психология самости» Эрика Эриксона – теория, созданная на основе учений Фрейда о фазах психосексуального развития. Э. Эриксон – психолог, в сфере психологии развития и психоаналитик. В своей теории прорабатывал поиск новых путей анализа взаимоотношений, изучение процессов мотивации и в целом личности. Согласно теории, человек проходит стадии развития Эго, или Я, по ходу, он выявляет ориентиры по отношению к себе и своей социальной среде. Для Эриксона именно изучение возрастных кризисов, является одним из ключевых вопросов, так как жизнь представляет собой смену всех ее аспектов, а успешное завершение одной стадии, не гарантирует завершение проблем или что появятся новые решения для проблем, которые уже решены.

Человек, научившись выбирать, учиться устанавливать равновесие. В частности, на первой стадии человеку не только нужно научиться доверять, но и научиться разделять ситуации. По Эриксону, перед человеком следует выделить восемь основных задач, которые он будет решать в течение всей своей жизни. При ее положительном решении задач человек, чувствует себя уверенно.

Эриксона в большей степени интересует соответствие между стадиями взросления и теми проблемами, которые не решены на этой стадии. Для рассмотрения этого вопроса он сконструировал классификацию стадий и характеристику проблем, которые им соответствуют. Периодизация Эриксона:

Этапы развития психики по Эриксону:

1. Орально-сенсорная, первый год жизни. Задача: базисное доверие против базисного недоверия, ценные качества: энергия и надежда.
2. Мышечно-анальная, 2–3-й годы жизни. Задача: автономия против стыда и сомнения. Ценные качества: самоконтроль и сила воли.
3. Локомоторно - генитальная, 4–5 лет – дошкольный возраст. Задача: инициатива против чувства вины. Ценные качества: направление и целеустремленность.
4. Латентная, 6–11 лет. Задача: трудолюбие (умелость) против чувства неполноценности. Ценные качества: система и компетентность.
5. Подростковый возраст и ранняя юность, 12–18 лет. Задача: идентичность против смещения ролей. Ценные качества: посвящение и верность.
6. Ранняя взрослость. Для Эриксона уже неважно четко называть возраст. Задача: близость против изоляции. Ценные качества: аффилиация и любовь.
7. Взрослость, зрелость. Задача: генеративность против стагнации. Ценные качества: производство и забота.
8. Зрелость, возраст: пенсионный. Задача: целостность эго против отчаяния. Ценные качества: самоотречение и мудрость. Основная работа в жизни закончилась, настало время размышлений и забав с внуками.

Теория полагает, что люди мотивированы вернуть себе состояние равновесия, а именно уменьшить напряжение. «Однако зрелая личность не только ищет удовольствия или старается уменьшить боль, она также стремится приобретать новые системы мотивации, независимые от изначальных мотивов» [2].

Справиться с внутри личностными конфликтами не так уж и просто. Их проявление во внутреннем напряжении человека, и причину достаточно редко можно определить. Конфликт, обычное явление, его избежать невозможно, но есть шанс извлечь из него пользу. Развитие личности определяется ожиданием общества от человека. На каждой стадии фиксируется качество, которое сохраняется в структуре личности на всю жизнь.

Мысли и действия имеют свою причину, а каждое душевное событие определяется предшествующим событиям. Умение видеть причины, значит понять мотивы человека. Беря во внимание происхождение социального расположения, это умение может дать возможность к урегулированию конфликтных ситуаций в коллективе, так как некорректное поведение может являться защитой от чего – то. Поэтому поведение разумно и логично, и при этом люди не могут этого объяснить. Главный смысл труда может стать именно саморазвитие и обогащение этого смысла. Внешняя среда эффективнее воздействует на развитие потребностей, мотивации и поведение работника. Практическую ценность имеет умение ликвидации конфликтов в общении.

Логотерапия – направление психотерапии, основана на предположении, что развитие личности – стремление к поиску смысла и его реализации, смысл существует объективно в каждом моменте жизни. Автор Виктор Франкл, австрийский психиатр, психолог и невролог. По Франклу поиск и достижения смысла является мотивационным желанием, является толчком в поведении и развитии личности. А для того, чтобы занимать активную жизненную позицию, нужно видеть смысл в своих поступках. Отсутствие смысла вызывает у человека то состояние, которое Франкл называет экзистенциальным вакуумом – ощущение внутренней пустоты, пустоты собственного бытия. Человек, согласно логотерапии, сможет сделать свою жизнь осмысленной: во-первых, через деятельность; во-вторых, через переживание ценностей; а в третьих, через страдание. Основным путем реализации деятельности является труд. При этом смысл труда заключается не в выполнении прямых служебных обязанностей, во вкладе в жизнь общества, привнесение в свою работу, а не просто занятие. Творчество, по мнению Франкла естественно и важно, но не необходимо. Из ценностей переживания Франкл более подробно останавливается на любви. Любовь – является единственным способом постижения другого человеческого существа во всей глубине его личности. Невозможно понять, сущность человека, пока не полюбишь его. Но и тот кто никогда не любил, сможет привести жизнь осмысленно.

Смысл, как правило, проявляется в реакции человека на различного рода ситуации и задачи, которые возникают на жизненном пути человека. Разные факторы влияют на реакцию человека на раздражители, но свобода выбора остается, соответственно ответственность за выбор лежит на человеке. Люди приходят к пониманию того, что подмена духовных ценностей материальными, позволяет потерять смысл. Найти смысл и осмысленно подходить к работе, помогает правильная расстановка жизненных приоритетов. Человек, который потакает своим слабостям, может почувствовать ненормальность, и испытать «экзистенциальный вакуум», в более сложном случае может развиваться «ноогенный невроз» – расстройство, проявляющееся в ощущении бесположности существования, возникающее из-за конфликтов, между различными ценностями [1].

Принципы логотерапии эффективно работают в любой компании, вне зависимости от её размеров и направления деятельности.

Так, например, в основе командного менеджмента лежат совместное управление организацией, взаимозаменяемость и взаимопомощь. Это также позволяет более глубоко проникнуть общими ценностями и целями, обеспечивает осмысленность решений и действий, к выполнению которых

сотрудники подходят более ответственно. Такой подход помогает развивать и правильно использовать индивидуальный потенциал каждого сотрудника компании, так и групповой, по мере развития командного менеджмента.

«Воля к смыслу» помогает освоиться с изменениями, которые могут быть связаны с преобразованиями. Логотерапия помогает справиться со стрессами, свойственными слиянию или поглощению компаний, сокращению или реорганизации штата. Приемы логотерапии, способствуют преодолению сопротивления, которое может возникнуть в данной ситуации, как у индивидуумов, так и у целой группы сотрудников. Принципы логотерапии становятся путеводными ориентирами, помогающими внедрить новые идеи и модели поведения. Правильное использование психологических ресурсов командного менеджмента позволяет повысить эффективность работы всей компании в целом.

«Психология самости» предпочитает обращаться к прошлому, а логотерапия – к будущему. По Эриксону путь к равновесию достигается постепенно – поэтапно, а по Франклу в один миг человек может осознать свои ошибки, и поставить себе выше, дальнейшую жизненную планку. В «психологии самости» и логотерапии человек, имеет право выбора для своего дальнейшего развития себя. «Психология самости» основываясь на тяжесть жизненного пути, смягчает вину человека, делая его неповинным в своих бедах, а логотерапия устанавливая свободный выбор диктует, как жить дальше.

Обе теории основаны на развитии человека как личности. Реализация творческих ценностей обычно воплощается в работе человека, которая соответствует уникальности человека и может проявляться по отношению к обществу. Работа является вкладом в общество и служит источником смысла и ценностей, которой человек. Соответственно, требуя результат – следует предложить смысл, который будет являться мотивом, стимулом, а разрешение конфликтов, есть основная часть в управлении персоналом.

Список использованных источников и литературы

1. Франкл В. Основные понятия логотерапии [Электронный ресурс] – URL: <http://psylib.org.ua/books/franv01/index.htm#7>
2. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: основные положения, исследования и применение [Электронный ресурс] – URL: <http://psylib.org.ua/books/hjelz01/txt10.htm>

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА: МОБИЛЬНЫЙ РЕКРУТИНГ И РЕКРУТИНГ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Рябова А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Правильный выбор кандидата может помочь в увеличении производительности, прибыли предприятия и повышении лояльности сотрудников. Неправильный выбор обычно сказывается на большой текучести персонала или недостаточной компетенции сотрудников. Подбор персонала начинается с описания вакансии и анализа её на адекватность сложившейся ситуации на кадровом рынке и в компании-работодателе. Далее начинается этап поиска кандидатов, или этап, заключающийся в рекрутинге.

Рекрутинг означает коммерческую деятельность, имеющую целью получение прибыли через подбор персонала по заявкам работодателей. Такой подбор может представлять собою как непосредственное закрытие вакансий работодателя, так и предоставление работодателю информации о специалистах, отвечающих требованиям, сформулированным работодателем [1].

Рекрутинг – это действия, направленные на поиск и подбор такого персонала, который в данный момент необходим для компании заказчика. Основная задача рекрутинга – найти человека, знания и способности которого будут соответствовать должности [5].

Существует внешний рекрутинг и рекрутинг по рекомендациям.

Внешний рекрутинг – это относительно недавнее направление бизнеса на российском рынке. Формы найма сотрудников с советских времен пережили многие изменения после внедрения рыночной экономики и перевоплотились в новые, ранее не известные формы. Появилась такая форма провайдерских услуг, как кадровые или рекрутинговые агентства.

Среди основных направлений внешнего рекрутинга выделяют:

- массовый рекрутинг – применяется для подбора большого количества сотрудников; в основном это специалисты линейного уровня, с достаточно четко очерченными профессиональными навыками и опытом;
- executive search – это самая дорогая и самая эффективная технология применяемая агентствами, заключаемая в поиске редких специалистов или управленцев среднего звена (при работе в этом направлении упор делается в большей степени на специализацию по определённому сегменту рынка или бизнеса);
- headHunting – это переманивание конкретного специалиста или руководителя из одной компании в другую компанию по заданию компании заказчика [6].

Другой вид, рекрутинг по рекомендациям, представляет собой процесс поиска персонала, в котором вакансии закрываются по рекомендациям. При таком рекрутинге легко узнать необходимые данные о кандидате у рекомендателя. Основная привлекательность рекрутинга по рекомендациям в том, что данная технология позволяет «достучаться» до пассивных кандидатов, которые не находятся в активном поиске работы, но чаще всего являются самыми ценными кадрами для компаний [6].

В последние годы на рынке труда появляются новые методы отбора персонала. Яркими примерами этих методов стали мобильный рекрутинг и рекрутинг через социальные сети.

Мобильность открывает широкие возможности для построения доверия, узнаваемости бренда и взаимодействия с талантами. Мобильный рекрутинг – понятие не новое. Пять-десять лет назад организации уже практиковали сотрудничество с помощью СМС-сообщений. Основной причиной мобильности в рекрутинге считается появление смартфонов, которые массово вышли на рынок. Исходя из текущих прогнозов, в течение ближайших трех лет количество пользователей мобильного интернета превысит количество пользователей настольных ПК. Вместе с этим рост количества мобильных платформ в рекрутинге также продолжится [4].

Исследования показывают, что люди активно занимаются поиском работы с помощью мобильных телефонов. Поэтому лидеры рынка предоставят кандидатам возможность использовать для подачи резюме и коммуникаций только мобильные телефоны. Затем компании начнут использовать программное обеспечение для рекрутеров, основанное на использовании мобильными телефонами [3].

По желанию использовать в рекрутинге смартфоны Азия определенно лидирует, и именно азиатские HR-специалисты отметили высокое желание использовать в рекрутинге мобильные девайсы, а также обратили внимание на огромное число кандидатов, просящих пройти оценку с помощью подобных приспособлений. Причину этого стоит искать в том, что тестирование с помощью различных девайсов считается конкурентным преимуществом из-за экономичности и удобства в применении во время процесса отбора [2].

Однако за последний год произошло незначительное увеличение в числе компаний, которые бы дали добро на использование мобильных девайсов. От использования подобных технологий в организации отталкивают возможные трудности, связанные с процессом тестирования через мобильные устройства. Данные проблемы могут включать в себя:

- вопрос справедливости доступа к тестам через мобильные девайсы;
- сомнительное равенство между онлайн и мобильными вариантами предоставляемых тестов;
- опасения по поводу возросшей вероятности жульничества и возможные технологические сложности;
- проблемы, связанные с администрированием такого теста [2].

Несмотря на все сомнения, при такой растущей тенденции в использовании смартфонов компаниям станет просто необходимо использовать этот подход к тестированию, чтобы успешно участвовать в борьбе за талантами.

Помимо мобильного рекрутинга в широкое использование начинает входить рекрутинг через социальные сети. Рекрутеры все активнее и активнее используют эти сайты при поиске кандидатов и рекламе вакансий. Уже сейчас в большинстве случаев заявку на вакансию нужно подавать, заполнив специальный формуляр на сайте компании-работодателя.

Компании постоянно увеличивают затраты рекрутингового бюджета на социальные сети. Например, в США 10% затрат 124х-миллиардного (в долларах) рынка рекрутинга приходится на социальные сети, и около 89% американских компаний собираются использовать социальные сети при рекрутинге. Великобритания отстает с всего лишь 8 % вакансий, заполненных с помощью специализированных социальных сетей. Данная технология получает все большее и большее доверие рекрутеров и HR-специалистов [2].

Все это можно объяснить следующим образом: когда люди приходят на собеседование, они «одевают» специально подготовленную маску, они все уже отрепетировали. Однако для компании остается важным понимание личности и кем она является на самом деле. Ведь все хотят избежать ошибок при найме которые потом могут дорого стоить.

Для решения этой проблемы возникают потребности в психологическом профилировании через социальные сети. Tweet Psych является примером психологического профилирования, доступного уже сегодня.

Списки TweetPsych создают психологический профиль любого общественного аккаунта в Твиттере и сравнивают его с тысячами уже в базе данных. Это идентифицирует те черты, которые используются более или менее часто проанализированным пользователем. На основе этого, рекрутеру предоставляется психологический профиль кандидата [7].

Для использования поведенческих и психологических профилей самым выгодным является сервис LinkedIn, который предоставляет совпадения кандидатов на основе сложных алгоритмов. LinkedIn – это самая большая в мире социальная сеть для делового общения, насчитывающей более 200 млн. пользователей из 200 стран и регионов мира. Главная цель – объединить профессионалов всего мира, чтобы они могли работать эффективнее и успешнее.

LinkedIn имеет доступ к таким данным кандидатов, как его навыки, опыт работы, длительность пребывания на определенных должностях, образование, рекомендации, личная информация, обучение и развитие, в каких группах или дискуссионных сообществах он состоит и так далее. Естественно, что это упрощает весь процесс рекрутинга [8].

Больше всего внимание рекрутеров во время поиска информации в социальных сетях акцентируется на предыдущем опыте работы, образовании, рекомендациях. Но более интересное – это использование фотографий кандидатов. Все потому, что у кандидатов может отсутствовать контроль над своими фотографиями в социальных сетях, что может повлечь за собой предвзятое отношение.

Тем не менее, могут возникнуть проблемы при использовании информации из социальных сетей:

- валидность (т.е. определяет ли эта информация качество работы, эффективность работника);
- легальность (т.е. насколько легально использовать такую информацию) [2].

Без нормативных документов исследование информации, касающейся кандидатов, из социальных сетей может быть потенциально рискованным, и не может быть рекомендовано без дальнейшего анализа и правового контроля. В большинстве стран рекрутинг включает в себя принятие решений под влиянием корпоративных, местных и национальных законов, касающихся найма. Многие компании хотят взаимодействовать с кандидатами через свои сайты. Скоро у них также появится желание привлекать соискателей с помощью социальных сетей и анализировать информацию оттуда [3].

Мобильность и интерактивность - отличительные черты HR-политики 2013 года. Доскональное знание аудитории имеет решающее значение для бизнеса и рекрутинга. Поэтому ответственные за подбор персонала вынуждены учитывать стиль жизни молодого поколения специалистов. Социальные сети и мобильность оказали существенное влияние на процесс рекрутинга. Теперь найти работу не составляет большого труда, стоит лишь зарегистрироваться на сайте компании работодателя и заполнить анкету. В большинстве случаев это даже не требует наличия компьютера, все действия можно выполнить с помощью мобильного телефона. О вакантных рабочих местах кандидатам все чаще будут сообщать смартфоны и планшеты.

Облегчение доступа и положительное изменение восприятия эффективности социальных сетей способствует использованию всё большим числом компаний социальных сетей в качестве аналитического инструмента при рекрутинге и найме. При этом число людей, воспринимающих социальные сети в качестве эффективного инструмента рекрутинга, за последний год увеличилось на 10%.

Социальные сети становятся первым номером в социальной медиа. Вскоре LinkedIn будет использоваться многими компаниями и будет признан первым рекрутинговым инструментом для поиска и привлечения пассивных кандидатов. Использование Twitter в рекрутинге также возрастает с каждым днем. Без социальных сетей будущее рекрутинга невообразимо. Возможно, что через пару лет они и вовсе затмят классическое резюме.

Список использованных источников и литературы

1. Иванов А. Рекрутинг. Как это делается в России. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 176 с.
2. Доктор Сара Феллоуб, Доктор Трейси Кантровиц, Доктор Крэг / Отчет о глобальных тенденциях в оценке за 2012 год [Интернет-ресурс] – URL: http://www.shl.ru/images/stories/GATS_2012.pdf
3. Рекрутинг 5.0 / HR-Portal. Сообщество HR-менеджеров [Интернет-ресурс] – URL: <http://www.hr-portal.ru/>
4. Тренды и топ-практики рекрутинга 2013 / HRM.RU HR-менеджмент [Интернет-ресурс] – URL: <http://hrm.ru/trendy-i-top-praktiki-rekrutina-2013>
5. Рекрутинг, подбор персонала / Smart Solutions. [Интернет-ресурс] – URL: <http://www.smart-hr.com.ua/hr-services/recruitment>
6. Википедия: Свободная Энциклопедия. [Интернет-ресурс] – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Подбор_персонала
7. TweetPsych [Интернет-ресурс] – URL: <http://tweetpsych.com/>
8. LinkedIn [Интернет-ресурс] – URL: <http://www.linkedin.com/about-us>

СТАНЦИЯ ПРИБЫТИЯ (ВНУТРЕННЯЯ МИГРАЦИЯ РОССИИ И ЕЕ ПОСЛЕДСТВИЯ)

Савельева Е.Д., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В XXI веке возрос интерес к вопросу о внутренней миграции в России, ученым изучающим вопросы миграции стали интересны не только состав и количество мигрирующих граждан, но и более глубокое объяснение мотивов мигрантов, миграционных направлений и масштабов миграции. Миграция одна из важнейших проблем настоящего времени, ее необходимо понимать как серьезный общественный процесс, затрагивающий многие жизненные стороны. Вопросы миграции имеют большое значение для

территории страны, а точнее являются фактором потенциала ее жизнестойкости.

Если рассматривать историю миграции, то можно увидеть, что произошли заметные изменения в ее направлениях. Миграционная активность особенно проявлялась в дореволюционный период. Пик этой активности пришелся на период Столыпинских реформ, когда происходило освоение Сибири. В этот период в этом направлении Сибири и Дальнего Востока переселилось около 3 млн. человек.

В советские времена большие потоки переселенцев были связаны с насильственным переселением некоторых отдельных групп граждан, а во времена ВОВ осуществлялась эвакуация населения из центра.

В последние годы в России сменилось направление миграционных потоков в обратном направлении. Этот отток начался после распада СССР, когда страну начали покидать жители бывших республик, эта тенденция сохраняется до сих пор. Сложившаяся ситуация имеет некоторые результаты. Последствия миграции проявляются во многих сферах жизни, эти последствия имеют как позитивный, так и негативный характер.

Но для начала следует поговорить о причинах миграции. В настоящее время причинами для миграции становятся попытка реализовать свои профессиональные амбиции, поиск более выгодных экономических условий. И.А Алешковский приводит основной список причин смены места жительства на 2005 г. (таб.1) Большинство указывают первой причиной возвращение к прежнему месту жительства, на втором месте стоит причина поиска работы. В связи с этим центральные районы страны становятся очень привлекательными для мигрантов, и основные внутренние миграционные потоки направлены именно в европейскую часть страны.

Таблица 1. Причины внутренней миграции в России в 2005 г. [1]

Сменили место жительства по причине	прибывшие, чел.	прибывшие, %
в связи с учебой	156774	9,3
в связи с работой	184991	10,97
возвращение к прежнему месту жительства	270450	16,04
из-за обострения межнациональных отношений	894	0,05
из-за обострения криминогенной обстановки	570	0,03
экологическое неблагополучие	3453	0,2
несоответствие природно-климатическим условиям	5217	0,31
причины личного, семейного характера	979455	58,08
иные причины	84588	5,02
Всего	1686392	100

Результаты такого вида миграции можно описать так. В западных районах страны население все прибывает, в то время как в Сибири и Дальнем Востоке происходит уменьшение численности населения. Нехватка населения на востоке делает этот регион привлекательным для мигрантов из других стран, таких как Китай и Казахстан. В тоже время в центральных районах количество граждан растет и создает реальную угрозу перенаселения этих районов. «Демографический вакуум на Дальнем Востоке создает объективные предпосылки для полного замещения населения иммигрантами из соседних стран» [2].

«За последние 20 лет численность постоянного населения на Дальнем Востоке сократилась на 1,8 млн. человек, миграция на Дальнем Востоке составляет 83,3% населения. Территорию покидают люди с высшим профессиональным образованием, доля российских работников неуклонно сокращается, а доля иностранных работников растет. Так, за 9 месяцев 2012 года доля российских работников составила 32,6% работников, в то время как в 2009 году она составляла 54,6%», – сказал заместитель министра по развитию Дальнего Востока Владимир Хлапов [3].

По оценкам специалистов, приток мигрантов способствует повышению цен на недвижимость, обострению конкуренции на рынке труда, ухудшению уровня жизни и другим социальным аспектам. Это негативно сказывается на состоянии здоровья и благополучии Российских граждан. Еще одним не маловажным фактором является обострение отношений между представителями разных наций, разгораются межнациональные конфликты, а иногда даже мини-войны. Коренные жители регионов не всегда готовы к такому наплыву мигрантов, а в особенности к мигрантам несущим другое мировоззрение и образ жизни.

В настоящее время правительство занялось развитием Дальнего Востока. Разработан законопроект, который включает в себя такие пункты как налоговые льготы для бизнеса, организацию особых экономических зон, были оговорены особенности тарифно-коммунальной политики. Если правительство и дальше будет работать в этом направлении, то у регионов, покидаемых жителями, появится шанс на обратные процессы. Еще одним путем решения этой проблемы может стать улучшение системы контроля за переселениями.

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что политика государства должна уделять больше внимания устранению причин миграции, развивать отдаленные от центра районы страны

и создавать более выгодные условия для работы и жизни в них. Тогда миграционные потоки приостановятся, и распределение населения придет в более равномерную ситуацию, чем на данный момент. Западная часть страны перестанет быть местом, куда прибывает огромное количество жителей и потеряет свой статус станции прибытия.

Список использованных источников и литературы

1. Алешковский И.А. Внутренняя миграция в современной России: тенденции, детерминанты, развитие. – М.:ТЭИС, 2007. – 112 с.
2. Демографическое развитие России в XXI веке / Под общей ред. акад. Осипова Г.В. и проф. Рыбаковского Л.Л. – М.: Эконом-Информ, 2009.
3. Информационное агенство PrimaMedia [Электронный ресурс] – URL: <http://primamedia.ru/news/dv/11.12.2012/244811/chislennost-naseleniya-dfo-sokratilas-za-20-let-pochti-na-2-mln-chelovek.html> (дата обращения 17.03.2013).
4. Зайончковская Ж.А., Мкртчян Н.В. Внутренняя миграция в России: правовая практика. – М.: ЦМИ, 2007. – 36с.
5. Иванова Т.Д. Трудовая миграция россиян: экономические и социальные эффекты (по результатам социологического исследования) // Проблемы прогнозирования, 2008. – № 4 – С. 82-98.
6. Тюрюканова Е.В. Мигранты на неформальном рынке труда в Москве // Миграция и внутренняя безопасность. Аспекты взаимодействия. – М.: Дом книги, 2006. – 68 с.

ПООЩРЕНИЕ ИЛИ НАКАЗАНИЕ: ЛУЧШИЙ СПОСОБ МОТИВАЦИИ

Савченко И.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Поощрение и наказание, кнут или пряник – эти два средства управления людьми известны с незапамятных времён. И всё равно, практически каждый руководитель периодически встаёт перед выбором – к чему склониться, как наиболее эффективно сочетать эти два таких разных способа воздействия. Северо-западный университет психологии и организации управления за время своей деятельности проводил кадровый консалтинг большого числа предприятий Санкт-Петербурга и Москвы и накопил много статистики по этим и многим другим вопросам. В одних фирмах предпочитают больше наказывать, в других – больше поощрять. Где-то вообще не пользуются одним из видов воздействия, где-то нашли действительно золотую середину [1]. Что же является наиболее оптимальным и результативным?

Попробуем разобраться какая разница между наказанием и поощрением. Чтобы поощрение достигло своей цели, оно должно быть соответственно оценено сотрудником. Работник сравнивает свою работу и полученное вознаграждение с показателями коллег. Если, по его мнению, за равноценную работу он и другие сотрудники получают одинаковые премии, у него возникает чувство что все справедливо. Если же он отмечает несоответствие, то появляется дискомфорт и возникают сомнения в целесообразности приложения дополнительных усилий. Следовательно, поощрение является эффективным, если сотрудник получает справедливое, законное вознаграждение.

Наказание сотрудников, как правило, учит их, как избежать действий (или бездействия), влекущих штрафные санкции. Таким образом, поведение работника обусловлено не его убеждениями, а принципами начальства.

Существует ряд эффективных принципов применения поощрения и наказания. Поощрения и наказания не следует откладывать. Если сотрудник совершил проступок, незамедлительное наказание показывает, что его действия недопустимы, и он получает возможность быстро их скорректировать. Применение наказания без непосредственной ассоциации с проступком, по прошествии времени, приведет к тому, что сотрудник воспримет его как «срывание злости». То же и с поощрением – оно должно быть связано с действием сотрудника. Хорошо сделал работу – получи награду. Наказанию сотрудника должно предшествовать объяснение – за что он оштрафован. Наиболее важным мотивирующим фактором является информация. Работник должен четко уяснить, почему он наказан и какие будут последствия в случае повторения проступка. Наказание без подробных объяснений воспринимается как несправедливость. Если же штрафные санкции подкреплены обоснованными аргументами – сотрудник принимает его как правильное. Наказания следует объявлять приватно, а поощрения – публично. Если они справедливы, это послужит дополнительной мотивацией. Наказания и награды должны применяться последовательно. Этот принцип подразумевает равное отношение к работникам и недопустимость решений, основанных на симпатии, дружбе или родственных связях. В мотивации ясность и прозрачность имеют ключевое значение. Сотрудник должен знать, что все находится в равном положении, и за проступок любой человек понесет наказание, даже если он протеже директора. Руководителю следует иметь в виду, что одной из наиболее важных потребностей, является потребность в признании. Она проявляется в желании быть замеченным и оцененным. Если ее не удовлетворить, это может привести к неуверенности и низкой самооценке сотрудника. Поэтому руководителю необходимо интересоваться работой подчиненных и по возможности хвалить их. Нужно

оценивать не только результат, но и приложенные усилия. Процесс мотивации работников в первую очередь должен быть осознанным. Важно понимать последствия применяемых поощрений и наказаний. При правильном подходе премии и штрафы – мощный инструмент для достижения эффективной работы коллектива, нужно только уметь с ним обращаться.

Существует множество теорий управления людьми, например теория Тейлора. К примеру, метод «кнута и пряника» – известен давно, но, несмотря на то, что он уже показал свою ограниченность, современные руководители недалеко от него ушли. Ф. Тэйлор предложил нехитрую модификацию данного метода: установить рабочему норму, и платить за ее выполнение заранее оговоренную сумму денег [2]. Многие начальники до сих пор мотивируют персонал по системе Тэйлора, а о других способах и слышать не хотят.

Тем не менее, человеком действительно можно управлять с помощью поощрений и наказаний. Первое подкрепляет ту модель поведения, которая устраивает организацию и начальника, тогда сотрудник будет склонен к повторению «правильных» действий. Вторым же отмечается поведение, не соответствующее интересам компании, и это станет побуждающим стимулом к тому, чтобы не повторять подобного. Только поощрение указывает сотруднику, что и как нужно делать, и закрепляет это у него в сознании. А наказание лишь отсекает один из многочисленных неправильных путей. В этом состоит главный недостаток наказания – его не конструктивность. Есть и другие. Не все люди легко переносят порицание. У многих надолго откладываются отрицательные эмоции, полученные в этот момент. Так что наказания надо обязательно чередовать с поощрениями. Причем пропорция зависит от личности сотрудника. Если похвалить человека не за что, целесообразно задуматься о том, стоит ли вообще с ним работать. Но если в нем заинтересованность есть, а без «кнута» обойтись не удастся.

Некоторые руководители утверждают, что публичное наказание полезно. Первый аргумент: если сотрудника ругать в присутствии коллег, то и на него это действует сильнее, и другим «неповедно будет». В самом деле, есть люди (но их не так много), на которых публичная «порка» влияет лучше, чем жесткий разговор наедине. Однако принесет ли пользу такая процедура окружающим? Как правило, нет: они, скорее, отстраняются от ситуации, чтобы меньше переживать.

Второй аргумент: на ошибки надо указывать при всех, чтобы другие их не повторяли. Разбирать недочеты в кругу сотрудников, которых затрагивает обсуждаемая проблема, конечно, нужно. Однако при этом совершенно необязательно упоминать того, кто ошибся, – он и так чувствует себя виноватым [3].

Определить тип поощрения можно только экспериментальным путем. Сначала необходимо провести наблюдение и выяснить, что сотруднику нравится, что он чаще всего предпочитает делать, как реагирует на похвалу. Продумав тип поощрения, проверить его на практике. Закон поведенческого анализа: использовать поощрение непосредственно по окончании человеком работы, если, конечно, вы хотите, чтобы он делал ее и в будущем хорошо. Если после этого человек опять берется за дело, значит тип поощрения был выбран правильно, если же нет, надо подобрать другой. Случается, приходится перебирать много разных типов поощрений, но никогда не бывает, что установить его невозможно. Самым действенным поощрением являются деньги, потому что человек может использовать их для приобретения множества приятных вещей – еды, питья, одежды, развлечений, то есть того, что ему хочется. Однако деньги здесь могут и не работать. Главных причин обычно две. Первая: человек получает денежное поощрение (зарплату, премию) по определенному графику, а не сразу после выполненной работы. Если работа требует длительного времени, объем ее велик, то выплачиваемые по графику деньги вообще теряют свойство поощрения. Ведь любая продолжительная работа состоит из множества мелких действий, а они выполняются без поощрения. В следующий раз человек без рвения возьмется за аналогичное дело. Вторая причина – количество денег. Для каждого типа усилий, потраченных на работу, существует определенная сумма, которая может поощрять эти усилия. Обычно количество денег пропорционально растет с увеличением усилий, но для каждого человека оно индивидуально. Выяснить это довольно просто, точно так же, как и эффективность любого другого типа поощрения: если человек продолжает работать с такими же усилиями, то сумма денег оптимальна для их поддержания.

Второй действенный тип поощрения – похвала. К ней у человека привыкания нет, поэтому использовать ее можно чаще, чем обычно, но применять надо правильно. Во-первых, хвалить надо только после выполнения работы, а не перед началом. И важно, конечно, учитывать качество. Во-вторых, хвалить нужно сразу после завершения действий, которые желательно закрепить надолго. В-третьих, необходимо подобрать верный тип одобрения, учитывая индивидуальные особенности сотрудников. Кого-то надо похвалить наедине, кто-то любит выслушать похвалу в присутствии коллег, одного надо просто похлопать по плечу, а другой терпеть не может такого панибратства. Хорошо работает наглядное поощрение – отпечатанная благодарность, письмо от начальства, фотография лучшего работника недели при входе и т. п. Некоторые менеджеры могут интуитивно выбрать правильное поощрение. Таковых обычно считают талантливыми и мудрыми управляющими, под их началом люди работают с удовольствием.

Таким образом, я обозначила возможные рычаги воздействия на сотрудников. При воздействии (неважно – наказании или поощрении) мы очень часто ориентируемся на себя. А что бы мне хотелось получить в качестве поощрения, или что явилось бы для меня наказанием? Как писал Дэйл Карнеги – вы

можете любить клубнику со сливками, но чтобы поймать рыбу – вы насаживаете на крючок червяка [1]. В результате можно сделать вывод, что только разумное сочетание наказаний и поощрений даёт возможность избегать неудач в деятельности фирмы (наказания) и двигаться вперёд и развиваться (поощрения).

Список использованных источников и литературы

1. Степанов Ю. Поощрение и наказание // Журнал «Работа с персоналом». – 2004. – №4. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.hr-journal.ru/articles/oap/pin.html> (09.04.2013)
2. Ряковский С.М. Деньги, но не только: управление мотивацией персонала// Журнал «Справочник по управлению персоналом». – 2011. – №11. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.pro-personal.ru/journal/423/131355/> (09.04.2013)
3. Шаповалова О. Почему люди не работают?// «Бизнес журнал». – 2012. – №9. [Электронный ресурс] – URL: http://www.rabotka.ru/staff_motivation/st5.php (08.04.2013)
4. Светлов А. Поощрение и наказание сотрудников: правила и применение //«Ежедневный деловой журнал». – 2012. – №10. [Электронный ресурс] – URL: http://www.businessorganizer.ru/publ/karera/delovaja_ehtika_i_psikhologija/pooshhrenie_i_nakazanie_s_otrudnikov_pravila_primenenija/8-1-0-29 (08.04.2013)
5. Вам премия! Выбираем систему материального поощрения // Практический журнал по работе с кадрами «Кадровое дело». – 2008. – № 209. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kdelo.ru/art/68503> (18.03.2013)

ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Скиданенко А.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Большое влияние на численность и состав населения стран, их рабочую силу, оказывают внешние миграции, т.е. эмиграции и иммиграции, или соответственно выезд трудоспособного населения данной страны и въезд в нее. Внешние миграции играли и играют многостороннюю роль в развитии человечества, выступая формой приспособления человека к меняющимся условиям его существования. В результате международной миграции за рубеж перемещается товар особого свойства – рабочая сила. Принципиальное ее отличие от других факторов производства заключается в том, что она сама является фактором производства других факторов, создателем прибавочной стоимости [2].

Основную роль в современном международном движении населения играет трудовая миграция. Масштабы ее постоянно растут, и в этот процесс вовлечены практически все страны. Международная трудовая миграция приобрела большие масштабы и становится типичным явлением социально-экономической жизни современного мира. Каждый год эмигрирует 2 – 3 млн человек.

Для того, чтобы осуществить анализ трудовой миграции, необходимо, прежде всего, дать точное определение понятию «трудовая миграция».

Трудовая миграция населения – это естественный и закономерный для современного общества процесс. С помощью миграции люди обретают возможность найти новую работу, повысить свой материальный уровень, получить образование в другой стране, изменить свою жизнь. Степень переселения в той или иной стране зависит от политической и экономической ситуации. Путем миграции люди пытаются решить проблемы, возникающие на прежнем месте проживания. Можно сказать, что трудовая миграция становится способом выживания людей в сложных экономических условиях [1].

Причинами миграции рабочей силы являются факторы как экономического, так и неэкономического характера. К причинам неэкономического типа относятся: политические, национальные, религиозные, расовые, семейные и др.

Причины экономического характера кроются в различном экономическом уровне развития отдельных стран. Рабочая сила перемещается из стран с низким уровнем жизни в страны с более высоким уровнем. Объективно возможность миграции появляется вследствие национальных различий в условиях заработной платы.

Существенным экономическим фактором, определяющим миграцию рабочей силы, является наличие органической безработицы в некоторых странах, прежде всего, слаборазвитых. Важным фактором международной трудовой миграции является также и вывоз капитала международных корпораций. Транснациональные корпорации способствуют соединению рабочей силы с капиталом, осуществляя либо движение рабочей силы к капиталу, либо перемещение своего капитала в трудоизбыточные регионы.

Наиболее активная теоретическая разработка проблем международной миграции началась с конца 60-х гг. в рамках моделей экономического роста. Их основная идея заключается в том, что международное перемещение рабочей силы, как одного из факторов производства, оказывает существенное влияние на темпы экономического роста. Причиной миграции являются межстрановые различия в оплате труда. Сторонники неоклассического подхода, в соответствии с которым человек

получает и потребляет предельный продукт своего труда, считают, что эмиграция приводит к росту благосостояния принимающей страны, причем экономическое состояние государства, из которого происходит эмиграция, остается прежним или, во всяком случае, не ухудшается. В последние годы акцент в анализе миграции сместился на исследование аккумуляции человеческого капитала как эндогенного фактора экономического роста стран. Исходя из того, что накопленный человеческий потенциал является важнейшей предпосылкой экономического развития, в рамках этой группы моделей международная миграция является одним из объяснений различий в темпах экономического роста между странами.

Каков же экономический эффект от трудовой миграции населения? Экономический эффект миграции рабочей силы не ограничивается только воздействием на объем производимого продукта, он распространяется на перераспределительные процессы, оказывая влияние на объем государственных доходов и расходов как в отечестве, так и за рубежом.

На государственные финансы миграция рабочей силы воздействует по следующим направлениям:

- мигранты перестают платить налоги на родине, но вынуждены уплачивать новые налоги в принимающей стране;
- эмигранты освобождают государственный бюджет отечества от соответствующей части расходов на общественные блага и трансфертные платежи (национальная оборона и охрана общественного порядка, образование, здравоохранение, пособие по безработице и др.);
- иммигранты в принимающей стране подключаются к новому набору общественных благ и обретают новые права в части трансфертных платежей;
- эмигранты, как правило, переводят часть денежных средств родственникам и друзьям на родине, что часто образует серьезный источник валютных поступлений для страны эмиграции [3].

Влияние на государственные доходы и расходы, как страны эмиграции, так и принимающей страны зачастую бывает ощутимым. Связано это с тем, что основную часть мигрантов составляют люди из средних слоев общества в раннем трудоспособном возрасте, имеющие определенное образование, квалификацию и специальность. Бедняки, деклассированные элементы имеют минимальные шансы на вовлечение в международную миграцию – они не располагают необходимыми для этого средствами и информацией.

Каков же общий итог разнонаправленных и противоречивых воздействий миграции рабочей силы на государственные расходы?

Принято считать, что в стране эмиграции потери от недопоступления налогов превышают экономию, возникающую в результате сокращения расходов на общественные блага и трансфертные платежи в связи с отъездом эмигрантов. Но, как известно, расходы государства на чистые общественные блага, не зависят напрямую от численности населения, пользующего этими благами (расходы на национальную оборону, радио и телевидение, освещение улиц и т.д.). Между тем как сумма налоговых поступлений строго зависит от числа налогоплательщиков и определяет количество и качество предоставляемых общественных благ.

Для некоторых стран, однако, бывает выгодным отпускать своих граждан для работы за рубежом. Причиной этого является поток переводов, поступающих от мигрантов на родину для родственников и друзей. Такого рода переводы в отдельных странах образуют значительный источник дохода в конвертируемой валюте.

Что же касается принимающей страны, то распространенное общественное мнение обычно сводится к следующему: поток иммигрантов создает дополнительную нагрузку на государственный бюджет страны. Это мнение обосновывается необходимостью выплаты мигрантам пособий по бедности и безработице, увеличением расходов на поддержание общественного порядка, содержание дошкольных учреждений, общественных школ и др. Конечно, подобная ситуация не исключена в отдельных странах. Однако нужно помнить, что иммиграция увеличивает общий доход страны, поскольку растет ее обеспеченность одним из важнейших факторов производства.

Если мигранты не обладают значительным финансовым или человеческим капиталом, то это может снизить удельную отдачу капитала и земли, а следовательно, и объем потенциального ВВП в расчете на единицу капитала. Когда же иммигранты приносят с собой в принимающую страну значительный капитал (финансовый или человеческий), то ситуация кардинально меняется. Финансовые средства, образование и квалификация иммигрантов превращают их в важнейший источник экономического роста принимающей страны, а выигрывает от миграции превосходит потери [3].

Таким образом, баланс соотношения выигранных и потерь на практике чаще всего складывается в пользу принимающей страны, а расхожее общественное мнение об убыточности приема иммигрантов оказывается ложным.

Миграция рабочей силы помимо экономического эффекта сопровождается рядом последствий, находящихся за рамками традиционного экономического анализа. Она может принести выигранный или вызвать издержки, которые не поддаются обычной рыночной оценке.

Примером получения выигранных от международного перемещения рабочей силы могут служить перенос знаний из страны в страну, их распространение по всему миру. Термин «знание» здесь

используется в расширенном смысле. Это могут быть: талант выдающегося артиста или художника, способности крупного ученого, знания современных технологий, маленькие секреты ремесла парикмахера или кулинара. От такой передачи знания выигрывают все: и сам мигрант, и страны, как эмиграции, так и иммиграции, а также мировое сообщество в целом. Иммигранты во многих странах заняты на тяжелых, вредных, низкооплачиваемых работах, на которые нет претендентов среди местного населения. Нередко без привлечения иммигрантов невозможно нормальное функционирование некоторых отраслей национальной экономики: строительства, автомобильной промышленности, сферы услуг. Предприниматели стран, принимающих иностранную рабочую силу, выигрывают от притока иммигрантов еще и потому, что готовность иммигрантов трудиться за сравнительно низкую по стандартам данной страны заработную плату позволяет сдерживать рост оплаты труда местных работников. Развитые страны охотно привлекают из-за рубежа высококвалифицированных специалистов технического профиля (программистов, электронщиков, ученых в области естественных наук) [3].

Однако миграция рабочей силы нередко порождает отрицательные внешние эффекты, принимающие форму издержек, которые трудно, а иногда и невозможно, оценить в деньгах. Например, неравномерная иммиграция может создать излишнюю плотность населения в отдельных городах и регионах страны, а это, в свою очередь, порождает трудности с наличием свободных рабочих мест для коренного населения, приводит к переполнению детских садов и общественных школ, способствует усилению криминогенной обстановки и т.д.

Подводя итог можно сказать, что ввиду современной глобализации, а также роста населения на Земле, мировое сообщество столкнулось с рядом глобальных проблем, одной из которых является проблема трудовой миграции. Для того, чтобы решить данную проблему, мировому сообществу необходимо консолидировать свои усилия. Проблема трудовой миграции является одной из важнейших проблем современного мира и вся серьезность данного вопроса заключается в взаимосвязанности с другими мировыми проблемами, ведь проблема трудовой миграции порождает множество других: социальная напряженность, национальная рознь, борьба за трудовые и материальные ресурсы и т.д. Поэтому необходимо принимать адекватные меры для предотвращения проблем трудовой миграции, чтобы защитить национальные интересы не только нашей страны, но и оказать помощь другим странам в решении аналогичных проблем.

Список использованных источников и литературы

1. Журнал международного права и международных отношений. – 2005. – № 1 // Интернет-портал Международного общественного объединения по научно-исследовательским и информационно-образовательным программам «Развитие» [Электронный ресурс] – URL: <http://evolutio.info/content/view/744/113/>.
2. Ломакин В.К. Мировая экономика. Учебник для ВУЗа. – Изд-во: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 545 с.
3. Хмелев И.Б. Мировая экономика, 2009. [Электронный ресурс] – URL: <http://knigi-uchebniki.com/ekonomika-mirovaya/neobhodimost-gosudarstvenn...>

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МНОГОКОНФЕССИОНАЛЬНЫМ КОЛЛЕКТИВОМ

Снитко М. Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Исследование проблемы труда и трудовых отношений в многоконфессиональном коллективе не теряет актуальности в нашем постоянно меняющемся современном мире, а, напротив, набирает обороты. Актуальность темы исследования состоит в том, что труд, если можно так сказать, всегда являлся основой существования человека, совершенствования и развития общества в целом. А так как людьми нужно кому-то управлять в процессе деятельности, то это напрямую касается управления персоналом. На сегодняшний день управление персоналом – очень важная и неотъемлемая часть производства любого успешного предприятия. Также управление персоналом в современных условиях включает в себя реализацию наиболее эффективного взаимодействия между сотрудниками для достижения целей предприятия. За последние годы в процессе работы человек постепенно менял свою роль, и из обычного кадра вырос в человеческий ресурс. Персонал уже не рассматривается как серая масса, которая просто поддерживает работу производства, здесь каждый работник становится индивидуальностью и очень значимым элементом компании. Но не стоит забывать, что под индивидуальностью скрываются не только своеобразие характера, темперамента, психологических особенностей личности, но и различные взгляды на жизнь, восприятие окружающего, а также религия. О ней мне и хотелось бы поговорить в рамках управления персоналом.

Степень научной разработанности данной проблемы не очень ясна, так как она обсуждается не так давно. Но, если говорить о взаимосвязи не конкретно управления персоналом среди религий, а труда и конфессий, то исследования проблем труда в контексте религий обозначались еще в философских концепциях В. Зомбарта и М. Вебера. Они говорили о том, что отношение к труду в рамках религии

влияет на развитие общества. И связано с социально-экономической сферой. Но каждая религия влияет на такие процессы по-разному.

Что касается российских исследований, то они начинаются в 60-70-е годы XX века. Их внимание было сосредоточено на исследовании таких проблем как: место труда в способе производства материальных благ, прогнозирование исторической судьбы труда, диалектике превращения труда в первую жизненную потребность, анализ общих черт и особенностей социалистического труда, повторяемости и логичности перехода социалистического труда в коммунистический.

Когда говорится о различных течениях религии, то без ошибки мы можем сказать, что все они очень разнообразны. В первую очередь мы должны помнить о том, что религия формирует все стороны жизни: эмоции и поведение человека, особенность мышления и отношение к окружающим. У каждой религии свои традиции, обряды, распорядок дня. Каждая религия в зависимости от своей этической установки формирует отношение человека к труду.. Из этого следует, что руководителю по персоналу управление многоконфессиональным коллективом является очень сложной задачей, так как несет в себе множество особенностей и ,конечно же, сложностей.

Если рассматривать отношение к труду, то Христианские конфессии имеют свои особенности в трактовке к нему: православие призывает «молиться и трудиться», положение католицизма – «трудиться и молиться», а мнение протестантизма – это убежденность в том, что труд и есть молитва. Буддизм же относится к труду с пренебрежением, ведь для них неважно всё то, что происходит на земле, они ждут освобождения, прекращения страданий. Что касается Ислама, то отношение к труду у них изначально обуславливалось его важностью. Труд был обязательным и считался праведным средством к существованию, а также средством для сохранения равновесия в их жизни.

На основе знаний о таких моментах управленец может строить прочную базу гармонизации труда для того или иного сотрудника. Менеджеры могут создавать систему премирования и стимулирования с учетом принадлежности к какой-либо конфессии. А также мотивировать их к работе в соответствии с их приверженностью к религии. Это будет приносить большую эффективность, так как мотивационные механизмы будут относиться не к экономическим факторам. А это один из способов сэкономить расходы предприятия.

Но, конечно, мы не можем говорить о том, что всё будет идти гладко. Не стоит забывать о том, что во многом общество, а также рабочий коллектив не всегда терпимо относится к «другим», будь то раса, национальность или вероисповедание. Поэтому специалист по управлению персоналом должен устранять недопонимания сотрудников на предприятии, возникших на этой почве, потому как, в первую очередь, это ведет к снижению эффективности, а значит к уменьшению прибыли и понижению уровня зарплат. Поэтому персонал должен быть сам нацелен на результат и быть лояльным.

В американских и западноевропейских компаниях считается хорошим тоном лояльное и внимательное отношение к сотрудникам иных религиозных течений. Руководство компаний отпускает мусульман на пятничную молитву, для иудеев и буддистов в корпоративных ресторанах предлагают особое меню, в религиозные праздники подчиненных им переносят выходные. Во время борьбы за равенство работников всех верований в корпорациях создают отделы, которые занимаются вопросами по управлению с учетом принадлежности к конкретным религиям. Но мы не должны забывать и том, что существуют и атеисты, которые не относят себя ни к одной религии. Поэтому стоит подумать о таком стиле управления, где никто из сотрудников не будет чувствовать себя обделенным в свободной минутке, когда, например, мусульмане будут отлучаться на намаз [1].

Таким образом, мы определили своеобразие отношения к труду различных религий. Проанализировали проблемы, которые могли бы возникнуть в процессе управления человеческими ресурсами на предприятии.

В нашем динамичном мире мы должны понимать важность лояльности в процессе деятельности к религиозным сотрудникам. Ведь человек, по своей сути, является самым важным компонентом производственного процесса. Без необходимого коллектива ни одна фирма не будет функционировать. Поэтому трудовые отношения в многоконфессиональном коллективе должны быть правильно построены в процессе их деятельности.

Список использованных источников и литературы

1. Управление персоналом в многонациональных организациях // Управление персоналом. – 24 сентября 2011 [Электронный ресурс] – URL: <http://uprpers.ru/methods-approaches/upravlenie-personalom-v-mnogonacionalnykh-organizatsiyah.htm> (дата обращения 12.03.2013)

СВЕРХСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА. РАЗНООБРАЗИЕ ПОДХОДОВ: НАУЧНЫЙ, РЕЛИГИОЗНЫЙ, МАГИЧЕСКИЙ.

Усолкина А.О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

С незапамятных времен проявлялся колоссальный интерес к сверхспособностям человека. И сейчас стало модно прибегать к помощи экстрасенсов абсолютно в любой невзгоде, будь это болезнь или неудачный бизнес. Почему надеются на не изведенное, что они хотят от него, какие чаянья несут в своих желаниях. Вокруг нас развивается глобальный информационный мир (вселенная), где, кажется можно найти ответ на любой вопрос. Даже зная отрицательное отношение официальной церкви к их деятельности, экстрасенсы продолжают свои практики, являясь отчасти проводником, обращаясь к потусторонним силам, в которых нередко используют молитвы Господа Бога и различную православную атрибутику. С какой целью их наделила природа, что положительного и отрицательного они могут принести человечеству? Эти вопросы мучают не одно поколение. Активно процветает экстрасенсорный бизнес, не смотря на то, что это отвергается религией и наукой, что двигает людей к обращаться к сверхъестественному, безвыходность или просто интерес? Что за этим следует? Что же вообще следует под понятием сверхспособности? Давайте разберемся.

В процессе самопознания не зависимо от пути, будь то духовный или магический, передача по родству, так же после тяжелых травм и потрясений, открываются способности, которые в народе называют даром или сверхспособностями. Существует девять подразделений способностей: эмпатия, ясновидение, экстрасенсорика, связь со стихиями телепатия, телепортация, левитация, материализация-дематериализация, и, наконец, управление пространственно-временным континуумом. Выборочно рассмотрим некоторые из представленных понятий, о которых в дальнейшем будет идти речь:

- Ясновидение – способность видеть явления, события, людей из прошлого, настоящего и будущего, особенностей тонкого плана, в том числе и параллельных миров.

- Экстрасенсорика – это когда, у человека появляется сверхчувствительность ко всем видам энергии. Он начинает чувствовать какая энергия идет от конкретного человека, видит ауры, чакры. Чувствует нарушения у человека на энергетическом уровне, отсюда очень часто появляется у экстрасенсов тяга к целительству или «чтению руками», если эта способность открывается первой.

- Яснознание – это способность «получить» ответ на любой интересующий человека вопрос или просто знания. Это способность «брать» любые знания из информационной сферы (инфосферы), или как еще ее называют – банк знаний, мировая (вселенская) библиотека [1].

В научных изысканиях в предмете экстрасенсорики были попытки исследовать этот феномен. Несколько лет назад в Московском институте радиотехники и электроники был поставлен эксперимент академиком Юрием Васильевичем Гуляевым и доктором физико-математических наук Эдуардом Эммануиловичем Годиком. В основу исследования взяли такой параметр, как изучение живых организмов с помощью электроники. В качестве основных характеристик изучали изменение тепла, света и звука. Как только заходил экстрасенс приборы начинали резко колебаться, «чувствовали» изменение параметров объекта. С точки зрения физики, можно объяснить происходимые явления, такие как «лечение теплом». К примеру, когда рука экстрасенса идет вдоль спины испытуемого, на тепло руки дают ответ дерматомы – точки, которые взаимосвязаны с помощью нервных окончаний. Исходя из этого, можно сказать, что это вполне объяснимый факт, который производится с помощью тактильного контакта, после которого наблюдает лечебный эффект. Такая методика возможна любому человеку, без сверхспособностей, но обученному, так как «уловить тепло» проще практикуемому. В медицине это можно поставить в ряд с такими методиками, как иглоукальвание, либо с рефлексотерапией. Правда остается вопрос про общение с духами, предсказаниями судьбы. Но это уже, как говорят сами экспериментаторы, им не подвластно и наука физика оставляет, как феномен [2].

Если рассматривать с точки зрения религиозного подхода, то мы можем обнаружить резко отрицательное мнение православной церкви о экстрасенсах и называет его человеком, отдавшим душу на порабощение демонам, являясь в его руках марионеткой. Гадание, колдовство, спиритизм, гипноз обращение к экстрасенсам, астрологам, гадалкам и ворожеям – это грехи против Господа Бога, которые несовместимы с обыденной верой.

С приходом Иисуса Христа были открыты разные неизвестные тайны о Боге, о спасении мира. Волхвы пришли на рождение Богомладенца, являясь представителями науки и мистики древнего мира, но после рождения Иисуса Христа потеряли свою надобность, так как самая главная тайна была раскрыта, и их внутренний мир полностью перевернулся, как и других, кто встречал Иисуса. И встает вопрос о том, нужно ли познавать тот мир экстрасенсорики, который уводит от Бога? Разве с этой целью посетил нас Иисус Христос?

Главное для каждого найти путь к Богу, разговаривать с ним через молитвы, будь человек чиновником, либо простым рядовым рабочим. Социальный статус совсем не мешает принять веру. А кто далек от идеи спасения души, всеми силами желает построить свой мир в обыденной жизни на уровне карьеры, здоровья и так далее. Поэтому они будут искать более легкий путь решения своих проблем – обращение к экстрасенсам [3].

Но и есть другая сторона медали, ведь Иисус Христос лечил наложением рук, а в экстрасенсорике к этому довольно часто прибегают. Почему же ему было это дозволено? Причем результаты были положительны для больного.

Существует много способов лечения, будь эта традиционная медицина, либо нет. Различие состоит в последствиях. За Иисусом не стояла никакая сила, он был той самой силой, которая двигала, а экстрасенс-проводник, который не может гарантировать, что его силы не нанесут вред человеку и не имеют побочного эффекта. Церковь категорически против того, чтобы лечить не под Божьим благословением и не из расчета, что результат сложно добиться магическим действием.

Как написано в Библии у человека есть две дороги, по которым он может пойти. Первая гласит о том, чтобы быть с Богом до конца дней своих, другая – как раз мистическая, съесть яблоко с дерева познания добра и зла и стать как Господь Бог. Адам и Ева пошли, как мы знаем, по второму пути и ошиблись. Выбор стоит за каждым еще с покаяния веков.

Так же в религиозной сфере встречаются целители. Приведу несколько ярких представителей, которым присвоен лик святых, преподобных:

- Дамиан Целебник – пресвитер Печерского монастыря. Житие сообщает, что он имел дар целительства и когда в монастырь приводили больного, то «Феодосий повелевал блаженному Дамиану творить молитву над болящим».

- Иаков Железоборовский (XVI в., 24 апреля и 18 мая) был пострижен Сергием Радонежским и удалился в Костромские пустынные места близ селения Железный Борок. Он при жизни имел дар исцеления больных.

- Блаженная Ксения Петербургская – русская православная святая, понесла подвиг добровольного безумия 45 лет по случаю ранней кончины мужа. Господь Бог наградила ее способностью предвидения. Местные жители говорили, что она могла взять на руки больного младенца и через некоторое время он поправлялся, если покупала какую-либо вещь у купца, его торговля набирала обороты. Ее любили звать в гости, когда она заходила в дом, в нем благоухало любовью и благополучием.

- Матрона Московская предсказывала будущее, была целительницей от Бога. Люди толпами ходили к ней за помощью и исцелением, даже после смерти приходят на ее могилу и рассказывают о своих недугах, что ранее предсказала сама Матрона. Как утверждают, богослужащие она была целителем от Бога, очень много молилась и тем самым получала силы для целительства. Так же призывала людей молиться и поклоняться Богу: «Если народ теряет веру в Бога, то его постигают бедствия, а если не кается, то гибнет». В 1998 году ей присвоен лик святых за столь незаменимую помощь, неисчислимые чудеса и исцеления [4].

Но как же не упомянуть о всемирноизвестной ясновидящей, которую, скорее, к сожалению, церковь не одобряет по ряду причин, но люди ее почитают и благоговяют – Вангу. Болгарская ясновидящая, последние двадцать лет прожила в селе Рупите, куда съезжались на сеанс. Всеобщее внимание к себе привлекла в годы Второй мировой войны, когда пошли слухи о том, что Ванга может легко обнаружить пропавших на войне, будь он жив или мертв. Так же обладала способностью определять болезни, предсказывать судьбу. Сказав диагноз, направляла людей к врачам и целителям, сама не зная их в лицо, лишь только называя адрес. Как говорила сама Ванга способности берутся с помощью невидимых существ, происхождение которых она не в состоянии объяснить. Как рассказывала ее сестра по ночам она разговаривала с духами умерших.

Таким образом, исходя из полученных данных, мы выяснили, что стоит за понятием сверхспособности человека. Выявили, что они включают в себя несколько подгрупп, такие как: экстрасенсорика, ясновидение, телепатия, телепортация, связь с потусторонним миром и так далее. Рассмотрели экстрасенсорик с разных подходов: научного, религиозного и магического. С научной точки зрения сверхспособности практически необъяснимы и принимаются как факт, с религиозной – отвержение любых сверхспособностей, так как в частности православная церковь и не только, категорически не приемлют подобных действий, попросту они противоречат церковным канонам.

Список использованных источников и литературы

1. Сайт: мир неопознанного и интересного [Электронный ресурс] – URL: www.mibius.com.ua/interesnoe/sverhspособnosti-cheloveka.-bazovye-sposobnosti-i-yasnoznanie.html
2. Публицистика: Дом солнца // эзотерический журнал [Электронный ресурс] – URL: www.sunhome.ru/journal/14671
3. Официальный сайт храма во имя святой живоначальной троицы [Электронный ресурс] – URL: www.hram-evenkya.ru/novosti/tserkov-rezko-otritsatelno-otnositsya-k-ekstrasensam
4. Сайт: имена христианских угодников-целителей [Электронный ресурс] – URL: www.names.dp.ua/ugodniki

МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Хаустова А.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Вопросы религиозной принадлежности работников, всё чаще и чаще становится актуальным в условиях глобализации и работы в мультинациональных коллективах. Межконфессиональный бизнес имеет свои правила, и незнания их приводит к проблемам для компаний.

Для России актуальность исследования проблем межконфессиональных отношений, обусловлено рядом факторов. Например, с девяностых годов в условиях политико-экономических реформ, Россия стала территорией с растущей переселенческой активностью: Россия является третьим мировым центром миграции. Ещё один фактор – это проблема демографического роста, старения населения. Так же существует такая проблема, как нехватка трудовых ресурсов, которая решается путём привлечения в страну мигрантов из ближнего и дальнего зарубежья. В условиях такой активной миграции, проблема межэтнических отношений требует особого внимания, очевидно, что они проявляются во всех сферах жизни: экономической, политической, социальной и духовной.

Мне хотелось бы подробнее рассмотреть эту тему в процессе управления персоналом. Вряд ли в наше время можно найти хоть одну компанию, коллектив которой состоит из работников одной конфессии. В многоконфессиональном коллективе у каждого свои ценности, традиции, порядки. Управление сотрудниками разных верований – сложная задача для любого руководителя. Внимательные отношения и лояльность к подчинённым разных религиозных течений в наше время стало признаком хорошего тона. Всё больше руководителей с уважением относятся к традициям разных верований, например: отпускают сотрудника-мусульманина на традиционную пятничную молитву, переносят выходные дни на религиозные праздники подчинённых, в ресторанах компании предлагают специальное меню. Кроме того, уважающие религии бизнесмены, разрабатывают системы стимулирования сотрудников с учётом религиозного фактора. Так же в некоторых компаниях в борьбе за равенство работников, создают отделы, которые занимаются вопросами управления с учётом религиозного фактора.

На мой взгляд, очевидно, что такой подход в управлении персоналом, хоть и не сможет искоренить все недопонимания связанные с различными религиозными взглядами, но поможет значительно снизить их число и создаст гармонию в коллективе. Зная о религиозной принадлежности своих сотрудников, руководитель получает возможность разрабатывать систему их вознаграждения. Такая оригинальная система мотивации, может принести весьма ощутимый эффект. Инструментом стимулирования на «религиозной основе», может быть заключение контракта по оказанию медицинской помощи для сотрудников-мусульман, в специальной исламской клинике. Подобная клиника, уже работает в Москве, а в скором времени появится и в других российских городах. Так же руководство может разработать специальное постное меню, для христиан, во время поста. Учитывая то, что в наше время число постящихся возрастает. В некоторых компаниях появляются молельные комнаты. Причём такие комнаты появляются не только в государственных, но и в коммерческих организациях. А вот самым бесценным поощрением может стать поездка по святым местам.

Большинство руководителей считают, что вера дела каждого, и она ни как не мешает работе, если не переходит границ. Однако встречаются ситуации, когда религиозные взгляды мешают работе. Например, сотрудник-сектант, активно агитирующий своих сослуживцев вступить в его религиозную организацию, часто отсутствует на своём рабочем месте, что дорого обходится для работодателя. Однако даже когда верующий сотрудник не навязывает веру, но держится в стороне шумных мероприятий, может стать «белой вороной» в коллективе. Ведь к великому сожалению в наше время, не все коллеги способны с пониманием относиться к верующему сотруднику. Встречаются и такие случаи, что сам руководитель навязывает свою веру подчинённым. Однако если руководитель планирует в своей организации сформировать идеологию основанную на вере в Бога, он должен осознавать, что скорее всего такие начинания встретят сопротивление среди его подчинённых. Такая культура формируется, очень тяжело и длительно, а самое главное здесь – не навязывать свою веру. Лучше всего в такой ситуации, терпеливо постараться повернуть ситуацию в нужное русло, и объяснить, что внедрение основанные на религиозных принципах, не обязывают сотрудников выполнять какие либо ритуалы, коллективно молиться и соблюдать посты

Из выше сказанного можно сделать вывод, что каждый руководитель должен уметь управлять конфликтами. И, по моему мнению, самый эффективный способ – переговоры. В переговорном процессе, для того чтобы добиться успеха важно прагматизировать. Прагматизация переговоров состоит в разделении глобальной темы на ряд последовательных задач. Переговоры должны вестись таким образом, чтобы каждая сторона стремилась найти удовлетворительные ходы не только для себя, но и для партнёра [2].

В заключении хотелось бы сделать вывод. Проблема на религиозной почве не нова. Межконфессиональные конфликты были, и будут всегда. Люди всегда найдут причину для ненависти. Так уж мы устроены, такова наша природа. Но человек не рождается ненавидящим другие религии, это навязывается ему социумом, окружающей обстановкой. И главное не ненависть к людям других

конфессий, а стремлении людей улучшить своё положение за счёт другого, и не важно коллега это по работе или сосед по площадке. В организациях на предприятиях зачастую всё начинается с негативного отношения к «новичкам». Основная проблема в том, что новички расцениваются как «чужие», значит плохие. Тем более что ко всему прочему примешивается религиозное верование. Всё это представляет серьёзную проблему для персонала и не может не раздражать. И на этой почве начинают возникать конфликты. Хотелось бы упомянуть, что главная мысль на которой основаны классические религии – это любовь к ближнему, вне зависимости от вероисповедания. Хорошая мысль которую стоит взять за основу каждому человеку, вне зависимости от того какой статус он занимает (простой работник или владелец крупной компании).

Таким образом, пока человек не научится делать собственные выводы, быть терпимей, а не придерживаться сложившихся стереотипов, проблема межконфессиональных конфликтов никогда не потеряет своей актуальности.

Список использованных источников и литературы

1. Аклаев А.Р. Этнополитическая конфликтология: Анализ и менеджмент.– М., 2005. – 322-323 с.
2. Арутюнян Ю.В. Дробижева Л.М. Сусоколов А.А. Этносоциология: Учебное пособие для вузов. – М., 1998. – 255-257 с.

СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ

Хорева В.О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Миграционное движение – один из факторов прогрессивного развития человечества. Мигранты представляют в основной своей массе трудоспособных, молодых и предприимчивых людей, они выступают многообещающим фактором производства.

Социальная адаптация мигрантов – это деятельность, с одной стороны направленная на взаимоотношение человека с окружающей средой, с другой – изменением самой среды в целях приспособления ее к интересам жизнедеятельности человека на новом месте жительства.

В современных подходах используется понятие адаптации в двух смыслах: она может быть весьма разнообразна и представляет собой обусловленный переход от положительных значений к отрицательным. Например, индивиды справляются благополучно со своей новой жизненной ситуацией, или они не способны вписаться в новое общество.

Адаптация проходит более или менее легко в том случае, если социальные нормы, которые предъявляются личности, не сильно отличаются от уже усвоенных ею. Если правила и нормы значительно отличаются, то процесс адаптации затягивается и сопровождается низкой социальной активностью, нервными срывами и психологическим дискомфортом.

Сутью социальной адаптации является переход людей с одного (привычного) образа жизни на другой. Вынужденное переселение – это особый образ жизни, для которого свойственны экстремальность ситуации, унижение, подавление личности. Он накладывает весьма значительный отпечаток на строение личности, ее ценностные ориентации, восприятие и поведение.

Актуальность выбранной темы проявляется в масштабности миграционных процессов современного мира и огромной значимости социальных перемен, которые происходят в экономической и социокультурной жизни страны.

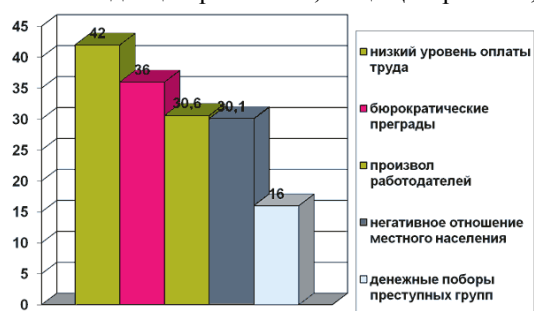
Существенными причинами, вызывающими миграцию, по мнению многих исследователей в области изучения социальной адаптации мигрантов, являются:

- социально-экономические (перемещения в поисках работы);
- природные (перемещения людей из-за форс-мажорных обстоятельств природы – землетрясения, наводнения, стихийные бедствия и так далее.);
- политические (в результате смены политической системы страны, переворотов революции);
- экологические (кислотные дожди и так далее);
- национальные (межрасовые распри, национализм);
- религиозные (бегство из-за религиозных преследований).

Адаптация мигрантов содержит три значимых вида.

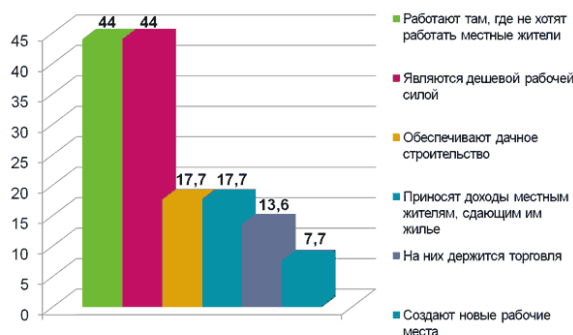
Во-первых, адаптация имеет масштабный характер и определяет приспособление трудового мигранта к новой социально-демографической среде того места, куда он вселяется. Эта адаптация двойственна. С одной стороны, совершается процесс знакомств, установления новых родственных связей, и тому подобное, а с другой – постепенное ослабление старых родственных, имущественных, земляческих и иных связей (диаграмма 1).

Диаграмма 1. «Трудности, с которыми могут столкнуться мигранты по приезду» (по данным выборочного социологического опроса мигрантов «Внутренняя и внешняя миграция населения: состояние и тенденций развития», Соц. Центр РАГС, июнь 2007 г.)



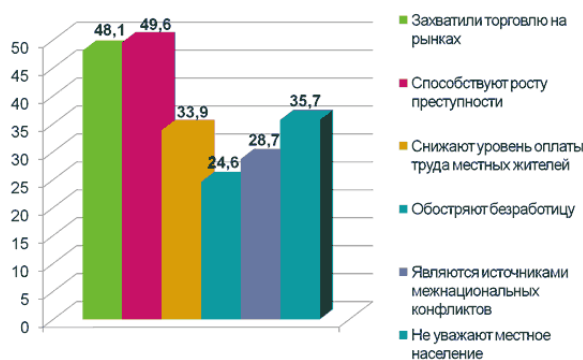
Во-вторых, адаптация мигрантов проявляется в результате смены места жительства, вместе с тем меняется и социально-экономический статус населенного пункта. Эта адаптация требуется при переселении из поселков городского типа в средние и большие города, а в особенности - из сельской местности в городскую. Различие в образе жизни сельских и городских жителей затрудняют процесс адаптации. Сельский житель, попадая в город, отказывается от многих привычных поступков, и приспосабливается к новым видам поведения (диаграмма 2)

Диаграмма 2. «Позитивные явления, связанные с приездом мигрантов» (по данным выборочного социологического опроса мигрантов «Внутренняя и внешняя миграция населения: состояние и тенденций развития», Соц. Центр РАГС, июнь 2007 г.)



В-третьих, адаптация происходит, если процесс переселения реализуется между районами, в которых разное географическое положение и различные природные условия. Этот вид адаптации как правило называют биологическим или медико-биологическим приспособлением. Это не совсем точно. Две стороны имеет адаптация новоселов в новой местности: приспособление к природной среде и приспособление к географическому положению. В одном случае совершается медико-биологическая адаптация, которая происходит в форме акклиматизация, в другом случае адаптация к географическому положению района вселения представляется как социально-психологический процесс. Адаптация особенно болезненно проходит в транспортно изолированных местностях с суровым климатом, таких, как районы Крайнего Севера (диаграмма 3).

Диаграмма 3. «Негативные явления, связанные с приездом мигрантов» (по данным выборочного социологического опроса мигрантов «Внутренняя и внешняя миграция населения: состояние и тенденций развития», Соц. Центр РАГС, июнь 2007 г.)



Адаптация может влиять на взаимное соответствие индивидов и среды, она может включать в себя не только приспособление и сопротивление, но и попытки изменить среду или измениться взаимно. В этом смысле адаптация по прогнозам современных исследователей, возможно, не даст позитивный

результат. Особенно в условиях трудовой миграции Евразийского экономического сообщества. Далеко не во всех случаях установление контактов между людьми разных национальностей приводит к открытым и доверительным отношениям между ними. Мигранты не способны предсказать, поведение местного населения, они сталкиваются с трудностями при взаимодействии с местными жителями. Обычай страны для трудовых мигрантов кажутся непонятными, а люди – странными.

Социальная адаптация мигрантов – лишь одно из направлений изучения миграционного феномена, который включает в себе огромное количество сложнейших проблем миграции.

Список использованных источников и литературы

1. Выборочный социологический опрос мигрантов «Внутренняя и внешняя миграция населения: состояние и тенденций развития», Соц. Центр РАГС, июнь 2007 г. [Электронный ресурс] – URL: <http://inter.rags.ru/node/990/> (дата обращения 16.03.2013г.)
2. Стратегии межкультурного взаимодействия мигрантов и населения России: Сборник научных статей / Под ред. Н.М. Лебедевой и А.Н. Татарко. – М.: РУДН, 2009.
3. Бери Дж. У. Аккультурация и психологическая адаптация: обзор проблемы Текст. / Дж. У. Бери // Развитие личности 2001 – № 3-4.
4. Бережнова, Л. Н. Полиэтническая образовательная среда. – СПб.: Изд-во РГПУ, 2003 – 202 с.
5. Топилин А.В. Взаимодействие миграционных и этнических процессов. – Москва: Экон-Информ, 2010. – 170 с.
6. Рыбаковский Л.Л. Россия и новое Зарубежье: миграционный обмен и его влияние на демографическую динамику. – М., 1996. – 55 с.

ЖЕНСКАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ

Черняева В.Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В современном мире проблема гендерного равенства, преодоление устоявшихся дискриминационных стереотипов относится к числу наиболее актуальных проблем. Важным моментом является понимание гендерных проблем и преодоление различных барьеров, препятствующих формированию равноправных отношений между мужчинами и женщинами. Очень давно и остро стоит проблема дискриминации женщин на работе, что безусловно накаляет обстановку между полами, вынуждая постоянно женщин доказывать и отстаивать равновесие.

Когда речь заходит о дискриминации на рынке труда, можно выделить два типа стереотипов, которые поддерживают гендерное неравенство: стереотипы поведения и стереотипы положения.

Стереотип поведения – это стереотип работников. Сами женщины виноваты в этом, т.к. зная, что они относят к категории менее предпочтительных работников, они сами ищут и выбирают себе работу, где нужно затрачивать минимальные трудовые усилия, зачастую даже не пытаясь соревноваться с мужчинами или доказывать работодателям, что они могут быть очень ценными кадрами.

Стереотипы положения – это стереотипы работодателя. Обычно работодатель воспринимает женщин как менее эффективную рабочую силу. Он исходит из таких представлений, что женщина должна совмещать и сочетать трудовую деятельность с семейными обязанностями, а значит, она не может быть полностью эффективна, от нее не следует ожидать сверхтрудовых усилий. Такое мнение и поведение работодателя, безусловно, является дискриминационным [1].

Цель данной работы заключается в изучении причин женской дискриминации при приеме на работу и возможные пути ее преодоления. В данной статье хотелось бы выделить основные ошибки и стереотипы, которые могут помешать женщинам трудоустроиться.

- Излишняя скромность. Зачастую женщины предпочитают беспрекословно выполнять любые указания, проявлять покорное подчинение, вместо того чтобы подчеркивать свои преимущества: профессионализм, трудолюбие, вовлеченность в рабочий процесс. Если женщины сами себя не ценят, то и руководитель не обязан это делать.

- Стереотип матери. В нашей стране понятие «женщина» и понятия «мать» имеют одинаковое значение. Данный стереотип очень распространен на рынке труда. Согласно ему, женщины предназначены для того, чтобы рожать детей, создавать и поддерживать уют в доме, т.е. на женские плечи ложится весь домашний быт, а зарабатывать деньги должен мужчина. Женщин солидного возраста не хотят брать на работу, считая, что их самый активный период уже позади. Молодых девушек не хотят брать на работу, полагая, что после приема на работу, они тут же решат родить ребенка и уйдут в декрет. Именно поэтому, выбирая между женщиной и мужчиной, работодатель предпочтет мужчину, даже если у женщины будет выше квалификация.

- Мужские профессии. В современном мире женщины все чаще стали выбирать профессии и специальности, которые до недавнего времени были исключительно мужскими, например, в таких отраслях как строительство, служба в органах, нефть и газ и т.д. Такие направления перспективны, для

них всегда будут требоваться сотрудники, но работодатели просто не верят в способности женщин, считая, что они не справятся с такой работой.

• Отсутствие уверенности в собственном успехе. Женщинам не хватает уверенности в том, что она добьется успеха и сделает карьеру, отсюда ожидания от работы невелики. Возможно, у начальства возникают планы продвинуть женщин по карьерной лестнице, но, чувствуя неуверенность со стороны женщин, отказываются от этой идеи. С этим обязательно нужно бороться, женщины должны смело заявлять о себе и своих достижениях в работе, а значит, требовать заслуженное отношение к себе, продвижение по службе, повышение заработной платы. К сожалению, большинство женщин сами не замечают и не ценят собственные способности.

На данный момент картина меняется, женщины начинают верить в собственные силы, активно отстаивать свою позицию, но тем труднее бороться за свои права, чем большая возложена ответственность за семью. Женщины боятся быть уволенными, поэтому они не просят повышения оплаты труда, предпочитают покорно выполнять все поручения, потому что любая работа лучше, чем ее отсутствие. Все это стандартные ошибки. Работодатели ценят подчиненных, которые знают себе цену, в которых есть дух борьбы [2].

Ошибочным является и то, что женщины, достигшие определенного успеха в трудовой деятельности, скрывают от начальства тот факт, что решили завести ребенка. Лучшим выходом будет честно сказать об этом начальнику. Вероятнее всего удастся разрешить ситуации так, что обе стороны будут довольны.

Проблема женской дискриминации в сфере занятости двояка: не только работодатели виноваты в этом, но и сами женщины, подтверждая сложившиеся стереотипы. Всегда можно найти решение, главное донести до каждого, что в современную эпоху, в условиях предпринимательства нельзя рассчитывать на снижение числа женщин, активно ищущих высокооплачиваемую работу. Государство должно бороться со скрытой дискриминацией, следить, чтобы посты руководителей в равной мере занимали как мужчины, так и женщины, а работодатели должны предоставлять рабочие места женщинам, а не сокращать их или вовсе отказывать в трудоустройстве.

Таким образом, на рынке труда помимо дискриминации существуют различные стереотипы и предрассудки, мешающие женщинам занимать равное положение с мужчинами. Нельзя отрицать, что существуют исключительно мужские профессии, но раз уж женщины борются за равноправие, нужно дать им возможность попробовать себя в любой трудовой сфере. Но ни в коем случае нельзя допустить ущемления мужских прав, мужской дискриминации, иначе возникнет ответная волна протестов и конфликтов между полами.

Список использованных источников и литературы

1. Хоткина З. Женская безработица и неформальная занятость // Вопросы экономики. – 2000. – № 3.
2. Мезенцева Е. Равенство возможностей в занятости или «защитные меры»: женщины перед лицом выбора // Женщины и социальная политика (гендерный аспект). – М., 1992.

НЕВРОЗ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА

(З. ФРЕЙД, К. ЮНГ)

Черняева В.Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Выбранная мной тема является актуальной для любого периода в истории, т.к. человека на протяжении всего своего существования будут беспокоить различные проблемы, он будет терзать себя определенными вопросами, а главное, искать на них ответы. Не найдя ответы в окружающем мире, человек будет смотреть глубже – искать ответы и причины тех или иных событий в самом себе. Если же не находить ответы на волнующие нас вопросы, может появиться неконтролируемое и постоянное чувство тревоги, что может являться толчком для появления и развития депрессии, а это негативно сказывается как на эффективности человека в трудовой деятельности, так и на его здоровье в целом. Разрешением данной проблемы стал психоанализ – научный метод, с помощью которого специалисты вылечивают пациента от духовных болезней, дают возможность жить полноценной жизнью.

З. Фрейд является основоположником психоанализа – концепции, в центре которой является понятие бессознательного, как причина большинства психологических процессов. Изначально психоанализ применялся при диагностировании и дальнейшем лечении определенных разновидностей психических болезней. Психоанализ был инструментом, с помощью которого можно было проникнуть в бессознательное человека, но в дальнейшем он открыл такие значительные и ранее не изученные пласты психики каждого индивида, что это стало принципиально иным представлением о человеке, культуре, истории и духовной жизни.

В центре бессознательного З. Фрейд считал сексуальность, отсюда он выделил в своей концепции 2 принципа поведения человека: принцип реальности, принцип удовольствия. Принцип реальности проявляется в необходимости подавлять свои сексуальные влечения в соответствии с требованиями

общества; принцип удовольствия – в половых влечениях. При столкновении данных принципов происходит вытеснение неудовлетворенных половых влечений в сферу бессознательного, где они управляют человеческим поведением.

В результате многолетних клинических наблюдений Фрейд сформулировал психологическую концепцию, в рамках которой личность и психика человека состоит из 3 уровней: «Оно» (Id – бессознательное), «Я» (Ego – сознание), «Сверх-Я» (Super-ego – нравственное сознание, идеалы, совесть).

Психоанализ рассматривает взаимодействие и борьбу этих трех составляющих психики человека, а многие психические явления, в частности патологические, интерпретирует как доминирование бессознательного над сознательным и рациональным. В результате противоречий между внутренними влечениями (Оно) и запрещающим (Сверх-Я), который олицетворяют собой законы, мораль, заложенные еще с детства в человеке, появляется напряжение, которое в дальнейшем перерастает в невроз.

Человек, страдающий неврозом – больной человек. Невротические симптомы несут индивиду некоторое удовлетворение, которое иллюзорно и носит компенсаторный характер. Невротики углубляются в болезнь все больше, т.к. в силу неблагоприятных жизненных ситуаций или собственной неприспособленности не могут найти удовлетворения и решения своих проблем в реальной жизни, они хуже приспособлены к окружающему миру, постоянно находятся в напряжении, обычная нагрузка для них тяжелее, чем для здоровых людей. Невротики не могут и не хотят бороться, сопротивляться внешнему миру, они лишены многих источников энергии, которые могли бы оказать помощь в образовании характера и стабилизации жизни. Такие люди неэффективны в работе, ими легко манипулировать, они эмоционально не устойчивы, а в особо острых формах невроза, могут быть опасны.

Фрейд считал, что единственный способ излечиться от невроза – сублимация, т.е. это процесс, когда инстинктивная энергия преобразуется в приемлемую для социума энергию, одобряемую и нравственную. Только здоровый человек может быть успешен, полезен и эффективен как ресурс [1].

В противопоставление Фрейду, Юнг изучал бессознательное человечества, а не отдельного индивида. «Коллективное бессознательное» – стало центральным понятием учения Юнга, оно присуще всем людям, это итог жизни рода, передается по наследству и на основании именно коллективного бессознательного складывается психика каждого индивида. Не только элементарные рефлексы в поведении формируются под влиянием врожденных установок, универсальных образцов, но и человеческое восприятие, воображение, мышление.

Юнг считал, что душа каждого индивида содержит в себе множество различных личностей, каждая из которых имеет свое «Я», периодически выходя на поверхность сознания. Юнг выделил два типа людей: интеллектуальный и аффективный. К первому типу относятся люди, которые в первую очередь думают о других, чувствуют вместе с ними, а второй тип, наоборот, сначала чувствует вместе с другими людьми, и только потом думает о них. В первом случае в результате конфликта с самим собой, вытесняется чувство, во втором – мысли.

По Юнгу невроз объясняется тем, что происходит конфликт между более высокоразвитыми чертами характера и менее развитыми, которые оттеснены в подсознании. Оттесненное в подсознании остается на низшей ступени развития, сохраняя инфантильный характер, являясь недостаточно развитым, т.е. невроз – это стояние разлада с самим собой в результате неудачной попытке подстроиться под внешние установки, это всегда регресс на низший уровень сознания.

В связи с этим Юнг рассматривает невроз не только как психологическое расстройство, т.е. чисто негативный фактор, но и как позитивную силу, которая при определенных условиях способствует формированию личности: если человек вынужден признать в себе недостаток глубины или ему приходится компенсировать свое сверхразвитое сознание, черпая из бессознательного, то это обязательно приведет к расширению границ «Я» и углублению сознания. Невроз – это не просто болезнь, а толчок или механизм, позволяющий людям вопреки собственной лени, а иногда сопротивлению, избавиться от апатии.

Так же как и у Фрейда, невротик – больной человек, заикленный и непродуктивный, но преодолев свое заболевание, все может измениться в корень. Человек не только может увеличить продуктивность своей трудовой или умственной деятельности, но и открыть в себе новые качества и способности. Излечиться от невроза можно с помощью анализа, который освобождает то, оттесненное в подсознании и выводит его в сознание, что в свою очередь стремится сублимироваться, так же как и у Фрейда. Другими словами излечение наступит в результате индивидуализации личности [2].

Таким образом, исходя из обеих теорий психоанализа, можно сделать вывод, что невроз оказывает влияние на эффективность трудовой деятельности человека, как физической, так и умственной. Руководители и управляющие организацией должны следить за тем, чтобы работникам было комфортно работать, за благоприятным климатом в организации для минимизации вероятности возникновения невроза у работника. Если же в организации обнаружится невротик или у индивида начнут проявляться признаки невроза, нужно помочь как можно быстрее справиться с этим заболеванием, отправив его к психологу. Только квалифицированный специалист сможет помочь человеку справиться с его внутренними проблемами и переживаниями. Руководитель в свою очередь должен периодически проводить беседы с подчиненными, предоставлять возможность общения с психологом, нуждающимся

работникам, чтобы не допустить психологических заболеваний. Несмотря на то, что Юнг считал, невроз толчком для открытия в себе новых возможностей и способностей, нельзя забывать, что невроз в первую очередь заболевание, которое нельзя запускать и нужно лечить.

Список использованных источников и литературы

1. Фрейд З. Основные психологические теории в психоанализе / пер. М. В. Вульф, А. А. Спектор. – М.: АСТ, 2006.
2. Юнг К.Г., Подход к бессознательному // Архетип и символ. – М., Ренессанс, 1991.

ПРОБЛЕМЫ ПОИСКА ПЕРСПЕКТИВНЫХ СОТРУДНИКОВ: ТОТАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

Шекова П.Ю., Лоскутова С.А., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Перспективные сотрудники – это работники, которые своими знаниями, умениями и навыками способствуют повышению эффективности компании. Если под этим углом смотреть на вопрос, то, по нашему мнению, можно выделить три наиболее частые ошибки в вопросах перспективности.

Во-первых, большинство руководителей искренне убеждено, что способность к обучению и восприятию новых знаний и есть перспективность. Это далеко не так. На практике приходилось сталкиваться с людьми, которые имеют по два – три высших образования, но в жизни ничего не добились. Есть люди, которые получают удовольствие от самого процесса приобретения новых знаний. Это, безусловно, приятно, но процесс внедрения и реализации таких знаний для пользы конкретной компании совершенно иной. А потому не факт, что человек с отличием окончивший институт, будет наиболее перспективным.

Во-вторых, компетенция работника для работодателя означает набор уже имеющихся знаний, умений и навыков. Лояльность в широком понимании этого слова остается за скобками.

В силу того, что Россия сегодня является местом, куда Запад сбрасывает устаревшие технологии, в оценке персонала нас также приучают к «вчерашнему дню» – к срезам, а не к прогностике. Например, в серьезных западных компаниях смотрят, что тот или иной сотрудник может дать компании завтра. Мы же берем человека, который сегодня, кажется, нас устраивает. Но что будет с ним завтра, мы не знаем и не пытаемся узнать. И, опять -таки, подавляющее большинство имеющихся на рынке кадровых решений оценить это не может. Из этого возникает третья ошибка.

У нас традиционно относятся к технологиям как к чему-то второстепенному. Подавляющее большинство современных технологий, применяющихся для подбора персонала, не направлено на определение мотивации или лояльности. Нужно понимать, что решается комплексная задача - это не только привлечение хорошего специалиста, но и удержание его. Что касается молодых специалистов, основной задачей является вырастить из него грамотного и унифицированного профессионала.

Любая начинающая или быстро развивающаяся компания нуждается в опытных сотрудниках, которые будут способствовать дальнейшему росту и продвижению компании на рынке. На первый взгляд, современный рынок труда не испытывает недостатка в квалифицированных соискателях, ищущих работу, однако на практике найти подходящего по всем параметрам сотрудника оказывается не так просто.

Как правило, поиск кандидатов на должность в средней или крупной компании осуществляет менеджер по персоналу, который задействует все доступные каналы: СМИ (газеты, Интернет, радио, телевидение), собственную базу данных компании, личные знакомства, агентства по найму работников и т.д. Чаще всего выбор того или иного источника зависит от размеров компании, а также средств и времени, которые она готова затратить на поиск сотрудника.

Не секрет, что практически все компании испытывают потребность в подборе персонала. Для одних это единицы сотрудников, для других – десятки и сотни.

Основные критерии, определяющие перспективность:

- основная деятельность – понимание кандидатом специфики предстоящей работы, особенностей выполняемых функций;

- знания и опыт работы в конкретной области у кандидата;

- личные качества – умение работать в команде, способность быстро решать поставленные задачи, «горящий» взгляд, желание и готовность участвовать в новых проектах.

При отборе кандидатов, опираться только на тесты – неправильно. Пик моды на них прошел, но нельзя от них отказываться полностью. Нужно их использовать как блок в собеседовании. С одной стороны, они помогают кандидату дополнительно понять перечень требований к вакансии, а с другой – отсеять более слабых соискателей. С особой осторожностью следует подходить к психологическим тестам. Надо четко понимать, с какой целью их предлагать, так как впоследствии это может вызвать неоднозначную реакцию со стороны соискателя.

При отборе резюме кандидатов важно обращать внимание на следующие критерии: предыдущий опыт работы, как часто происходит смена работодателей, как часто и как радикально происходит смена деятельности.

Так же следует обращать внимание и на мотивы, которые движут кандидатом. Мотивы могут быть разные, всё зависит от человека. Для кого-то важно продвижение по карьерной лестнице, кто-то хочет набраться профессионального опыта, для кого-то приоритетным является получение большей заработной платы, но есть и такие, для которых настоящий интерес к профессии является самым главным мотиватором.

Помимо профессионализма претендента, важны и его личностные качества. Не следует забывать о том, что недостаточная квалификация кандидата не всегда является проблемой. Если у претендента есть стремление учиться и способности, то возможно его обучение обойдется гораздо дешевле в сравнении с финансовыми и временными затратами на поиск лучшего. Мотивация и желание работать сегодня, как и во все времена, очень ценятся и могут помочь сгладить какие-то недостатки, имеющиеся у кандидата.

При этом важно понимать, что прием на работу хорошего сотрудника – это взаимовыгодное соглашение между двумя заинтересованными сторонами. Конечно, кандидат старается продать себя компании, но в то же время работодатель должен выгодно подать себя и свою компанию кандидату, чтобы взять в свою команду действительно лучших.

Очень неприятно, когда сотрудник идеально подходит, но отказывается от предложения, потому что на него не произвели впечатления компания или вы сами как руководитель. Единственный способ избежать потери хороших потенциальных сотрудников – это научиться продавать себя.

Правильный имидж компании необходимо создавать с первого контакта с потенциальным сотрудником, даже если вы общаетесь по телефону. Каждый человек, с которым вы общаетесь, может однажды присоединиться к вашей компании и сделать свой вклад в ее успех. Ни в коем случае не следует показывать кандидатам, что они недостойны вашего времени и внимания.

Во время личного собеседования необходимо расспросить кандидата, что он знает о компании. Начните с общего вопроса. Это поможет строить собеседование дальше. Большинство кандидатов ответят что-нибудь в стиле: «О, это замечательная компания. Лидер на рынке». Они хотят произвести впечатление своим позитивным настроем. Если кандидат действительно интересен, необходимо дать ему понять, что компании как раз нужен сотрудник с теми качествами, знаниями и опытом, которыми он обладает. Надо дать ему ощутить свою значимость – тогда кандидат увидит себя частью команды уже на первом собеседовании.

Не следует забывать о кандидатах, следующих за «первым номером». Если человек не подошел по каким-то причинам, у него останется хорошее впечатление, и он посоветует вас своим друзьям, которые могут оказаться неплохими кандидатами на открытые у вас вакансии.

Что касается вопроса, как удержать перспективного кандидата в дальнейшем, то здесь наиболее эффективным методом является разноплановая мотивация – работа должна приносить по возможности моральное и материальное удовлетворение.

Подводя итог, можно сказать, что понятие профессионального и перспективного сотрудника у очень многих наших руководителей искажено, поскольку оставляет за скобками лояльность, психофизиологию и уровень знаний. Во-первых, сначала нужно выбирать лояльных (в широком смысле) людей, а потом смотреть на эффективность. Лояльность должна быть первична, далее сотрудника при наличии способностей можно научить чему угодно. И во-вторых, важен дальнейший путь полученных знаний: а) будут ли эти знания применены в данной компании, б) будут ли они применяться во благо или во вред компании.

На сегодняшний день все это возможно измерить. Но в России, к сожалению, только начинает формироваться подход к своему бизнесу как к сумме технологий. И в рамках этого подхода на смену устаревшим методам и способам приходит тотальная диагностика, а отбор перспективных сотрудников становится тем направлением, где тотальная диагностика в полной мере показывает свое превосходство и эффективность.

Список использованных источников и литературы

1. Гольдман М. Многим компаниям не по зубам привлечь тот персонал, который они хотят // Управление персоналом. – № 3, февраль 2013 г [Электронный ресурс] –URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?3255>
2. Залюбовский И. Перспективные сотрудники — это те, кто может развиваться и завтра принесет вам новую ценность // Управление персоналом». № 3, февраль 2013г [Электронный ресурс] – URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?3260>
3. К. Левина и Лесли Уитт «Как продать потенциальным сотрудникам себя и свою компанию» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.karide.ru/kak-prodat-potencialnym-sotrudnikam/>
4. Как найти нужного сотрудника [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.karide.ru/kak-nayti-nuzhnogo-sotrudnika/>

5. Цурлукова Т. Не стоит формировать у кандидата необоснованных ожиданий... // Управление персоналом – № 3, февраль 2013г [Электронный ресурс] – URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?3257>

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ КАК ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНОГО СЛУЖЕНИЯ

Яковлева Л. В., студент

Алтайская государственная педагогическая академия

До определенного времени наше общество воспринимало любую производственную, коммерческую или финансовую компанию как структуру, полезную тем, что она производит товары или предоставляет услуги населению. И еще эпизодически финансирует различные благотворительные акции, социально- и общественно-значимые мероприятия. Сегодня представление о бизнесе как о денежном мешке, из которого можно тянуть деньги, устарело и представляется примитивным. Многие российские компании, вслед за западными, не хотят, чтобы их воспринимали именно так, и поэтому прилагают все усилия для того чтобы внутри компаний активно шло развитие корпоративного добровольчества, которое на данный момент является очень перспективным.

Программы корпоративного добровольчества – это инвестиции в персонал, в профессиональный и личностный рост сотрудников. Добровольный труд дает дополнительный опыт. Непривычная обстановка, новые люди, новая сфера деятельности – все это мобилизует человека, развивает навыки общения и лидерские качества, заставляет искать творческие решения и т.д. Опыт добровольчества приносит моральное удовлетворение, повышает уверенность в себе, помогает лучше понимать, что происходит в обществе, чем живет мир за стенами офиса. Корпоративное добровольчество помогает расширять контакты с местным сообществом, улучшать деловую и социальную репутацию бизнеса в глазах населения. Это инвестиции в социальную сферу, в решение острых социальных проблем. Бизнес заинтересован в том, чтобы работать в комфортной социальной среде, и разные компании вносят посильный вклад в улучшение социального климата.

Корпоративное добровольчество принимает разные формы. Это может быть профессиональная волонтерская деятельность (допустим, сотрудники юридической фирмы предоставляют бесплатные юридические услуги), может быть деятельность, непосредственно связанная с местом основной работы (например, сотрудник проводит на предприятии экскурсию для школьников). Одной из самых популярных форм остается помощь «лицом к лицу» – работа с конкретными группами получателей помощи – школьниками, детьми-сиротами в детских учреждениях (сотрудники могут выступать, скажем, в роли наставников) и т.д. Часто компании поддерживают акции некоммерческих организаций (например, сотрудники участвуют в «десантах» экологических НКО). Практикуются добровольческие программы для сотрудников, выходящих на пенсию, программы семейного волонтерства и т.д. Многие международные компании ежегодно проводят День добровольца или Неделю добровольца – как правило, они направлены на отдельную социальную проблему и проходят одновременно во всех офисах [1].

Корпоративное добровольчество у нас пока не стало массовым явлением. Тем не менее представители российского бизнеса проявляют к этой теме повышенный интерес. Во многих компаниях уже есть специалисты, которые занимаются развитием программ по корпоративному добровольчеству, и это, очевидно, свидетельствует о серьезности их намерений. «Корпоративное добровольчество» – одна из номинаций Национальной общественной награды в области добровольчества, которая ежегодно вручается с 2005 года.

Что же дает сотрудникам корпорации добровольчество? Так, по мнению Центра поддержки корпоративного добровольчества Миннесоты (США), корпоративное добровольчество дает следующие преимущества:

- Денежный дар как рычаг – эффект от благотворительного денежного вклада компании многократно усиливается, если к нему прикладываются талант, усилия, жертва свободного времени сотрудников корпорации
- Рекрутинг сотрудников – добровольчество может привлечь к работе в компании тех сотрудников, которые действительно разделяют ее ценности и могут рассказать о компании больше, чем иное рекрутинговое агентство.
- Стабильные обязательства – корпорация может выполнить свои обязательства перед обществом, реализовать свою социальную ответственность даже в ситуации экономического кризиса, когда затруднена материальная благотворительность
- Групповая работа – добровольчество позволяет продолжить сплочение членов корпорации вне пределов их рабочих мест, поддерживать групповую сплоченность и корпоративный дух;
- Лидерство – добровольчество формирует ответственное отношение и лидерство.
- Новые способности – сотрудники приобретают новые навыки, необходимые для их карьеры [2].

Корпоративное добровольчество не должно выглядеть как некий чужеродный, вычурный элемент. Добровольчество должно быть органично вписано в существующую корпоративную организационную культуру, в систему сложившихся отношений, традиций, целевых установок – должно стать органичной частью организационной культуры. Человек, поступающий на службу в корпорацию, должен осознавать добровольчество, как естественную часть жизни компании, и разделять ценности, избираемой им корпорации.

Базовым принципом реализации корпоративной добровольческой деятельности должно стать понимание и уважение личностного потенциала каждого члена корпорации как сферы корпоративной ответственности, создание условий для актуализации социального, человеческого и культурного капитала корпорации в целом, отдельных ее участников и партнеров. Добровольческая деятельность корпорации – это, прежде всего, современная демократическая вдохновляющая услуга корпорации, предоставляемая каждому из своих участников [3].

Но может быть, участие в таких программах не нравится сотрудникам фирм? Отнюдь. Исследования ученых, зарубежных и российских, показывают, что, наоборот, они охотно участвуют в этом. Корпоративное добровольчество позволяет им погрузиться в новую среду, обогащает личный опыт, стимулирует творческое мышление и поиск нестандартных решений поставленных задач, повышает самооценку, положительно сказывается на эмоциональном и физическом здоровье и, в конце концов, обеспечивает карьерный рост внутри компании.

Сам термин «корпоративное добровольчество» прочно связан с понятием «социально ответственный бизнес», которое вошло в обиход западных бизнесменов в 70-х годы прошлого века. Эффективное корпоративное добровольчество основывается на удовлетворении интересов трех сторон: компании, ее сотрудников и потребителей.

К сожалению, это поняли еще далеко не все руководители частных предприятий. Поэтому и примеров корпоративного добровольчества в России пока не так уж много. Здесь тон задают действующие на нашей территории филиалы зарубежных кампаний. Например, компания «Самсунг» ежегодно в октябре проводит «Добровольческую неделю «Самсунга». По ее итогам лучшие волонтеры корпорации награждаются различными призами. В некоторых подразделениях есть свои добровольческие программы, например, в электромеханическом создан клуб добровольцев, члены которого по 3 часа в неделю обучают детей-инвалидов плаванию. Особенностью программы является то, что самое активное участие в ней принимают руководящие работники корпорации самого высокого уровня и члены их семей.

Российские компании, имеющие добровольческие программы, можно перечислить по пальцам. Среди самых эффективных, специалисты называют программы волонтерства финансовой корпорации «УРАЛСИБ», создавшей для их поддержки свой благотворительный фонд. Один из проектов корпорации направлен на комплексную долговременную помощь детям-сиротам в приобретении профессионального образования, дальнейшем трудоустройстве и получении жилья. Другой – на помощь детям-инвалидам. В качестве волонтеров участвует более 2 тысяч сотрудников «УРАЛСИБа».

Как видно, корпоративное волонтерство, способствует решению многих кадровых вопросов: программы поддержки добровольчества на предприятии не только помогают открыть доступ к новым источникам рабочей силы, снизить текучесть и сократить затраты на обучение, но и повышает мотивацию и продуктивность труда сотрудников, что напрямую влияет на повышение уровня продаж, рост прибыли и укрепление лояльности клиентов.

Список использованных источников и литературы

1. <http://tak-prosto.org/facts/details/7>
2. Добровольчество во имя социальных изменений. Лучшие практики международного корпоративного добровольчества, сентябрь, 2007.
3. Решетников О.В. Корпоративное добровольчество. – М., 2010.

COMMUNICATION IN THE ORGANISATION

Klimyuk E., student

National Research Tomsk Polytechnic University

This article focuses on communication this is the everyday activity, everyone participates in, but few people do it satisfying enough. It is almost impossible to overestimate the importance of communication in management. First of all facilitating the organization to achieve its goals requires from its leaders effective information sharing. If people can not communicate, it is clear that they will not be able to work together to formulate goals and achieve them. However, as it turns on, communication is a complex process consisting of interdependent steps. Each of these steps is very necessary in order to make our thoughts clear for another person. Each step is the point at which, if we are careless and do not think about what we are doing, the meaning of utterance can be lost. The purpose of this article is to acquaint the reader with the nature and complexities of communication with potential traps on the way to understanding the essence of messages, and the fact that you can share information better among managers and outside of their circle.

Communication is the exchange of information when the director receives the information necessary to make effective decisions, and brings his decision-making to the organization staff. If the communication failed to achieve its goals or is delivered with an error, people may misunderstand what to do or what they want from their leader, or, finally, they may suffer from interpersonal malrelationships. Effective communications is often determined by the quality of decisions and how they will actually be implemented [1].

There are can be distinguished two basic types of communication: formal and informal. Formal communication is a as communication through officially designated channels of message flow between organization positions. formal communication is possible between the superior and the subordinate about a work-related topic. Informal communication, on the other hand, is defined as episodes of interaction that don't reflect officially designated channels of communication, which includes talking to a friend at work.

There are three avenues in which formal communication exists within a company: downward, upward and horizontal. Downward communication happens when managers talk to employees. This type of communication exists when managers need to explain job instructions, correct employees' work, or explain new procedures. Although this type of communication is vital to the organization, it's important that managers communicate effectively without talking down to employees. Upward communication happens when subordinates need to talk with their managers, something that could be as simple as letting the manager know a task was completed or about a work-related problem. Horizontal communication is when workers within the same work level communicate with each other about completing tasks [2].

Diagonal communication means the use of upward, downward and horizontal communication. It is a healthy practice not to depend on any one mode. Diagonal communication leads to better feedback at all levels. It promotes understanding, motivates employees and gives a sense of belonging and involvement to all people at all levels. But such communication should not be allowed to degenerate to a meaningless criss-cross communication which will lead to chaos and confusion. All modes have to be maintained at the appropriate and optimum level.

Forms of Formal communication are:

- Departmental meetings
- Conferences
- Telephone calls
- Company news bulletins
- Special Interviews
- Special purpose publications and messages [3].

It's important to not get informal communication confused with horizontal communication. Although horizontal communication takes place within the same work level, it's done to achieve work-related goals, whereas informal communication takes place in more of a social setting. Informal communication is as important as formal communication because it helps build employee morale and brings a "fun" atmosphere into work. Problems arise with informal communication when people take it too far or start gossiping about one another. Informal communication can be important within an organization, but it shouldn't replace the formal communication structure. Informal communication is also known as Grapevine. Its free from all sorts of formalities, because it is used on informal relationships between the parties such as friendship, membership in the same club or association. Such communication includes comments, suggestions etc. They may be conveyed by a simple glance, gesture, smile or mere silence.

Implementation of communication is a binding process requiring significant administrative actions where the role of the manager is one of the most important.

Ongoing communication is implemented through the transmission of ideas, facts, opinions, feelings, or perceptions, feelings and attitudes from one person to another orally or in any other form in order to get back the desired reaction.

When considering the communication process it must be understood that in human communication it is important not only that the information is transmitted, but how it is formed, and specified. Communication and information are different, but related things. Communication includes what is transmitted and how this essence is transmitted.

For communication to take place, the presence of two people is necessary. Therefore, each participant is entitled to all or some of the abilities: to see, hear, touch, smell and taste to perceive. Effective communication requires that each of the parties possesses certain skills [4].

In specific human information exchange, the specific role for each participant of communication is played by important information because people do not just communicate with words, try to develop a general sense. This is possible, provided that the information is not only accepted, but also understood, comprehended.

Admittedly, communications are vital to the success of enterprises and represent one of the challenges of management. In essence it is a kind of "circulatory system" of a single organism firm. Work effectively leaders believe those effective communication.

The lack of effective communication leads to the fact that the organization is becoming unmanageable. Therefore, the establishment and implementation of these processes devoted considerable time in the head. By some accounts manager spends 50 to 90% of their time on communication. Performing managers - those who effective communications- they are aware of the nature and outcome of the communication process, have

developed forms of written and oral communication, and modern leaders also have a good command of electronic communication.

The central organization or corporate office should keep its branches well informed of new policies and policy changes. The growth in business, the future projections for business, increased specializations make a great demand on the central office to maintain an uninterrupted flow of internal communication. Employees need to be motivated and exposed to the business objectives and ethical ideas of a company so that they get an involvement in the work they do. In turn, employees should be able to tell people at higher levels their grievances, expectations and difficulties. Effective internal communication forges a strong bond between the employees and management, promotes co-operation among different sections in an establishment.

References

1. Types of organisations – URL: http://www.ehow.com/list_7613677_types-organizational-communication.html (дата посещения 27.03.2013)
2. Definition of communication – URL: <http://nraomtr.blogspot.ru/2011/12/communication-importance-and-definition.html> (дата посещения 27.03.2013)
3. <http://in.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100209061906AAXyvs2> (дата посещения 27.03.2013)
4. Communication theory – URL: <http://communicationtheory.org/kinds-types-of-communication-employed-by-business-organisations/> (дата посещения 27.03.2013)

MANAGEMENT GENDER: THE GROWING ROLE OF WOMEN IN BUSINESS

Makarova M.A., Sysoeva E.O., students
National Research Tomsk Polytechnic University

In ancient times, a wise man, on behalf of the men said, "We rule the world, and women – us." Today, at the turn of the third millennium, this statement takes on new meaning, as has recently been a significant strengthening of the position of women in public relations. American economists R. Peterson and K. Vermeyer call this phenomenon a "quiet revolution on a world scale."

The urgency of this problem is caused by the development of gender economics, one of the newest areas of economics. Gender economics analyzes the differences in the economic status of men and women and their causes. Note that the term "gender" can be translated as "social sex" because focuses on the social, rather than biological differences between the sexes.

The need to study gender issues is due to the dynamic management of the penetration of women in the management of the economy, the emergence of new social kagorty "business women." These processes are particularly noticeable in developed countries. For example, U.S. women own more than 50% of the money circulating in the country, they are written out 65% of accounts are concentrated in their hands 57% of the securities, 74% of homes, accounting for 88% of total purchasing power.

For Russia, the gender issues in the economy, in particular the participation of women in government, is quite up to date. Primarily, this is due to demographic factors: for many decades marked predominance of females. Currently, the share of women is 55%, and for some reason it will grow in the future.

Now the proportion of women who have reached significant success in his career, is still low – the difference with men is almost 4 times at a higher level of education. In the supreme legislative body – the State Duma – women make up about 10% of the deputies. Very characteristic of public opinion is that each new emergence of women at senior management level is almost as sensational. In this case, the personality of a woman is attention and perceived as more critical than any man. Truly unfortunate truth lies in the adage that, compared with a man a woman must be twice as good to get half as much.

Why is this situation? According to feminist-minded researchers, the reasons are rooted in patriarchal attitudes towards women that has taken hold in the public mind. Our society has historically shouldered all responsibilities for home and family for a woman. For centuries man brought up in the perception of women as primary homemaker, teacher of children and housewives in the kitchen.

Many women live mostly for family and home, and service activities for them – the only way to maintain (or increase) of family welfare. In addition, the substantial proportion of women striving to achieve a higher social status, success, career satisfaction as a professional activity.

As a result, justified the conclusion that women have qualities that define them very good opportunities for effective management. In general, they are presented in Table 1.

Table 1. Characterize the quality of men and women

Characteristics	Men	Women
Way to overcome the obstacles	Intelligence, strength	Cunning, agility
Focus on issues	Perspective	Current
The need for emotional stimuli	Low	Increased
The basis of decisions	Rationality	Sensuality

Character	Closed	Open
To the outside world	Realistic	Idealized
Behavior	Restrained	Emotional
The object of attention	Content	Form
Surveillance and precision	Lowered	Elevated
Relation to other	Rectilinear	Flexible
Effect of verbal encouragement	Relaxing	The exciting

Analysis of the data shows that in some ways women have not even "good opportunities", and clear benefits for the successful implementation of management functions.

The growing role of women in business says everywhere. According to the poll, which was conducted among 7,000 Russians working personnel agency HeadHunter, identified five professional fields where women are valued most and 5 professional fields where women value the least. In general, they are presented in Table 2. [1]

Table 2. Top-5 professional fields

Women value most	Women value the less
Purchasing	Public service
Insurance	Transport, logistics
Science, education	Medicine, Pharmacology
Tourism, hotels, restaurants	Administrative staff
Construction, real estate	IT, Internet, telecommunications

It was also found that women are the best, and quickly mastered in male occupations than men for women.

Studies conducted by the portal «Superjob» of 104 most popular specialties showed the most masculine and feminine profession. The only 100% male profession was fitter and repairman for the profession does not claim any woman [2].

Today in Russia, according to the annual research PriceWaterhouseCoopers and Managers Association "Career opportunities for women in business," the proportion of women among newly appointed and come to the company managers increases. In 2012, in leadership positions have been assigned 42% of women, 11% higher than in 2011.

According to the data of the survey of 139 enterprises of Tomsk (including car dealerships, malls, banks, fitness clubs, etc.), the proportion of women in senior positions around 30.2%.

The most popular occupations held by women have so far been the chief accountant, director of personnel, director of marketing. But in 2012 the fair sex was to claim more male occupations, such as the CFO and the CEO. It is for these two positions in 2012, the ladies did was a blitzkrieg.

If in 2011 women – CFO was about 50%, in 2012 already 60%. Even more impressive spurt - the position of Director: It was a little over 10%, it was – 21%.

Even more surprising is that there was a decline of women in the chief accountant at 14%.

Women's management style is much more diverse, much richer in its manifestations by many faces of female nature.

Women – managers achieve success not by copying the style of male control, and through the creative use of their abilities, but the realization of inherent female traits and qualities.

Many surveys show that women – leaders have a higher rating among subordinates. They manifest themselves personalities bright, adventurous, strong, flexible, stable and incredibly functional. Women – managers unconventional, pragmatic and self-confident, more critical, they do not require rigid external control. In addition, they have a distinct tendency to develop its internal capacity and commitment to excellence.

No doubt the woman's love and devotion, optimism, creativity and desire for creativity can make a woman worthy business partner of a man.

References

1. Россия – государственный канал // headhunter – URL: <http://rutv.ru/brand/show/episode/285279> (19.03.2013)
2. «SuperJob» – работа в России и странах СНГ – URL: <http://www.superjob.ru/> (19.03.2013)

SCIENTIFIC MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON MODERN BUSINESS

Maremiyanina M.I., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Abstract: The article contains the information about management not as an action or just definition, but as a science and a theory which can help businessmen to make their work more successful and productive. The author shows the origin of the scientific management and the main features of that concept. The article investigates a connection between the first mentioning about the scientific management and the following

methods which were added to that theory. Also, the author tries to find places where such type of management is used in modern business and shows that it really can bring success today.

Keywords: scientific management, Taylorism.

Scientific Management is the “management thought concerned primarily with the physical efficiency of an individual worker”. However, George Ritzer defined Scientific Management as a procedure that “produced nonhuman technology that exerted great control over workers”. In this statement Ritzer tells about the effect of scientific management. At first, Taylor and most businesses followed the old management procedure ‘Rule of Thumb’ in which the worker had the ‘initiative’ and control. So, in the result only his hard work can lead businesses to success or failure. Taylor studied his place of work, The Bethlehem steel Company, and came to the conclusion that the “Old Rule of Thumb” was very inefficient. His studies of motion were aimed at replacing the unproductive rule of thumb and really replace it by the “one best way”. He believed that there was one perfect method which could be adopted by employees to carry out a task and this would generate the best job. In effect Taylor wanted to deskill workers i.e. create division of labour and wanted employees to be specialised in one segment of production and repeat this task constantly. Logically, constant repetition of a task would result in better productivity and ultimately higher quality. Taylor’s approach to creating an efficient structure for an organisation was ‘bottom up’ in which he concentrated on improving efficiency and motivation of staff on the bottom of the structure i.e. the shop floor. This was a different view of structure improvement compared to organisation structure designers such as Max Weber and Henri Fayol who were ‘top down’ and aimed at improving the management or top section of the hierarchy of an organisation [1].

Taylor’s ideas and methods had success at that time and some scientists wanted to use them in their study adding something new to improve that system.

Frank Gilbreth was the first. Unlike Taylor who focused most of his attention on time and didn’t care about motion, Gilbreth decided to look at how the study of motion could simplify jobs and break them down. By using electric lamps he photographed workers actions and from this he developed wire models of the actions of the workers and redesigned these movements to make them more efficient and quicker.

Another person who followed Taylor’s ideas was Henry Gantt. He took the negative aspects of Taylor’s ideas and decided to ‘humanize’ scientific management taking into consideration the physiological needs of an employee.

The next was Henry Ford who adopted and furthered the major principles of scientific management. He was the owner of the world renowned car plant known as ‘Ford’ even today. The movement of ford was given the name of fordism which according to John Bratton in the Work and organisational Behaviour book is defined as the “mass production using assembly line technology that allowed greater division of labour”. This was very different to post-fordism. In the Fordist method of management all products were mass produced as the moving assembly line meant that workers were working according to the speed of the assembly line [2].

We can see that there are some people who became famous by putting effective principles of scientific management into business. So, how does scientific management influence on business in the 21st century?

The most striking example is McDonalds. It is one of the biggest users of scientific Management in the 21st century. This is an American fast food restaurant that has spread its business successfully worldwide. One of the main aspects of scientific management that McDonalds has implemented into their business is the Fordist management style where everyone works according to an assembly line. Ford implemented his style in a car manufacturing firm and McDonalds has distinctly adapted this idea into their corporate culture. For example, the company has designed all of its food chain branches in such a style that employees don’t have to take more than two steps to complete their task. So, they are like in an assembly but they use food instead of car parts. There are also aspects of Gilbreth here as he studied the motion of work and he came up with the idea of getting rid of ‘unnecessary’ actions. If you study small food businesses today they have to go to the other end of their shop to collect something minor however McDonalds has avoided this ‘wasteful’ due to the layout of their machinery.

There are not only aspects of Gilbreth and Ford in the McDonalds food chain but when studied closely there is also evidence to suggest that Taylor’s ideas have also been implemented. Taylor’s main objective was to create the division of labour that lead to specialisation amongst employees. For example, the method in which McDonalds create their hamburger is a form of deskilling and division of labour. They have simplified the job by firstly grilling the burger, putting in lettuce and tomatoes, adding sauce etc, putting onto rolls and then wrapping it up. As you can see this is a breakdown of the job and by having individuals do each task not only improves efficiency but also creates specialised personnel. Other aspects such as cooking times, drinks dispensers, French fries machines and programmed cash registers are all methods that are used to limit time that is needed to complete the task and so showing that aspects of Taylor, Ford and Gilbreth have been adapted. This shows that in the 21st century McDonalds has successfully adapted scientific management into its company and it can safely be said that without this management style they wouldn’t probably be in such a dominant and efficient position in the market.

Another example of scientific management being implemented is in supermarkets. This is a more extreme form of deskilling as supermarkets have different employees to stack shelves, scan products, handle queries and so this is all adapting some aspects of Taylor in terms of division of labour [1].

Another sector that is using scientific Management in modern days are call centres. In the White Heat video it was shown that call centre staff were checked up by their supervisors on whether they were giving an efficient and also appropriate service. This is in fact the whole foundation of scientific management which replaced the old rule of thumb. As Ritzer defined it as a method used by managers to gain control over employees, and they are in fact keeping them under control by recording or listening to their conversations. There is not only a broad adaptation of scientific management adapted into call centres there are also more specific methods adopted to motivate staff and that is the piece rate system that was initially introduced by Taylor. This is a direct implementation of Taylor's payment method and it is successfully working in the 21st Century.

By having an example of White Heat video, we can see that Airports are also an industry that currently uses aspects of scientific management in its day-to-day operations. For example, luggage and handbags are tagged with a barcode and when it passes through the sensors on the conveyor belt the barcode is scanned and the luggage is sent to the correct plane. This is again another implementation of the Ford moving assembly line in which the airport has made it efficient to move bags around with the use of tags. The layout of the airport also gives airports control over visitors just the same way scientific management was developed to give control to managers over workers. In airports, for example, the tiling on the floor or arrows of VDC screens directs people where to go. Even though it is done through an intermediate (the VDU screen) it still shows that managers are controlling people at airports to some degree [3].

So, principles of scientific management are adapted to modern business today. However, there are some difficulties that can happen. On a general scale it has to be said that by deskilling employees are de-motivated drastically. Despite the fact that it allows employees to specialise in a certain task and makes their job easier, it doesn't provide any job satisfaction. This view has been successfully supported by the Theorist Abraham Maslow (Hierarchy of needs) and Frederick Herzberg (Hygiene). It was Maslow who stated that money is the basic need of an employee and to successfully motivate a person other social factors have to be taken into consideration. Herzberg developed a theory that contradicted Taylor's ideas as he developed 'job enrichment'. Herzberg stated that there are two factors that could motivate an individual, Hygiene and Motivator. He quoted as saying that hygiene factors, once fulfilled, would remove job dissatisfaction but would not motivate and in order to motivate the motivating factors have to be fulfilled. This goes against Taylor's ideas of "workers are just there for the money" as Herzberg's analysis proved that money is not a motivating factor. [4]

Nowadays, in order to establish a foothold in markets and to be competitive, businesses have to adapt to change and constantly be developing and flexible in their activities. However, today scientific management could lead to employees who become "specialised" only in their task. Another reason which shows that it can be difficult to implement scientific management in the 21st century, is that individuals want to feel valued in a company and want to have opportunities to move up the managerial ladder. However, with the Taylor's management style this is not possible as workers skills are ignored and they are told to do a highly simplified repetitive task which in effect devalues their skills and ultimately their output.

So, as every system scientific management has its advantages and disadvantages. Only choosing what positive aspects and what negative aspects are adapted to our business we can use it nowadays.

References

1. C. Mitcham, "Management", in Encyclopedia of science, technology, and ethics (USA: Macmillan Reference, 2005)
2. J. Laurie, Mullins, "Management and Organisational Behaviour", Financial Times-FT Press-Prentice-Hall-Pearson Education, 7 (2004)
3. R. Gershon, Telecommunications Management: Industry Structures and Planning Strategies, (USA: Mahwah, NJ, 2001)
4. Wendy Bloisi, Management and Organization Behaviour, (McGraw-Hill, 2003)

INNOVATIVE RECRUITMENT AS A MEANS OF JOB SEARCH

Chaplinskaya Y.I., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Abstract: Job is one of the main problems of young professionals. The state and society as a whole must be involved in the solution of the problem. This article demonstrates the essence of one of the modern methods of job search - event recruitment.

Keywords: job search, recruitment, event recruiting, job fairs, presentation, seminars.

According to the research by the faculty of Moscow State University. The main methods of job search used by the students and graduate are: the Internet (74%), career days and job fairs (56%) and social interaction (45%). About one-third of them refers directly to the company, one in four are employed by the department or supervisor. One in five monitors advertisements in the press, and only 10% of youth work through staffing agencies.

Unawareness of the students makes it difficult to find work, even though this problem is solved by our government. So with the development of new forms of organizations and optimizing enterprises' has companies involved recruiting services. Recruiting is a complex of measures, aimed in creating of the conditions to fill vacancies at the client company by competent professionals.

Recently, a new functional direction has developed – event-recruiting. It means the use of a variety of activities to attract new employees. For Professionals of HR-sphere it is an important complementary technology of recruiting [3].

We can say that event – recruiting is a kind of event management, or to be more precise, the event-marketing. Event includes a set of measures to attract candidates with PR and advertising techniques. Typically, this technology is used to hire college graduates and young professionals, the company is interested in the inflow of young skilled workers. The main feature of this method is that the employer presents himself to the a large audience of potential employees. In the Russian market the most common activities are the job fairs (exhibition of employers), presentations and seminars.

Job fairs. By the definition, the fair – it's a gathering of people to display or sale various products. Thus, the job fair is an exhibition of employers offering vacant positions, internships, career programs. Job fairs are very diverse: there are cross-cutting, youth (for pupils, students, young professionals), specialized (such as doctors, engineers, sales staff, etc.), women (for female-dominated occupations) and others. The big advantage of participation in job fairs is that applicants can submit their resume and go through an initial interview on the spot. Employers receive an additional opportunity to find professionals that meet their requirements [1].

Presentation. The employer gives a presentation to entice potential candidates to work in the company. There are two forms of presentation: theoretical and practical. Theoretical presentation, usually in the form of slide shows and movies, shows information about the company: history, structure, corporate standards, achievements and goals. Practical presentation is a visual introduction to the organization. For example, the company invites pupils or students, conducts a tour of the production, not only with the story but with demonstration of its advantages. Thus, the guests get a clear idea about the organization and its employees.

This method can be used in cooperation with the companies that are planning to close or reduce staff. An employer may make a presentation to employees were laid off on a foreign company, or invite them to yourself. This would be the most effective way in the selection of the production staff.

Seminars. They are the interactive form of communication with the employer's competitors. The main of the enterprise present lectures and seminars, telling about their own development, product-specific technologies used. Feature of this form of communication is that the employer is in the process of discussion can assess the initial level of knowledge and skills of various participants.

Types of activities, which involved the company in order to attract young professionals (2010 -2011 school year)

Event	The percentage of companies%
Job fair	53
Presentations	46
Workshops and other training activities	18
Activities that involve pre-selection of candidates	5

Applicants should for an interview from their rivals. However, companies also need to present themselves as attractive employers and desire to work with them. They use a variety of tools, such as receptions, campaign speeches, leaflets with description and images of the company, with its logo gifts: pens, mugs, scarves, manufactured products, and more [2].

The main advantage of event-recruiting – it saves human resources, time and money on recruitment. For a minimum period of time, without intermediaries, employers provide comprehensive information to the maximum number of listeners. For applicants as this is the best opportunity to get information about job prospects.

So now being carried out to facilitate the job search of young professionals. One of these is the recently came event - recruiting. It is important that specialists themselves are interested in active search, and not just talk about how difficult it is to find a way nowadays.

References

1. Mornel P. Technologies for effective recruitment, 2002. – 230-234 p.
2. Stelzner M. Content marketing. New methods to attract customers in the Internet age, 2011. – 150-155 p.
3. Шекшня С. Как это сказать по-русски? (Современные методы управления персоналом в современной России). – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003.

СЕКЦИЯ 6

«РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

ТРЕТИЙ КИМ – КТО ОН И ЧТО ОТ НЕГО ЖДАТЬ?

Алатарцева Н.Л., студент; Сосковец Л.И., д.и.н., профессор
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Актуальность представленной темы ни у кого не вызывает сомнений. В последнее время внимание буквально всего мира к Корейскому полуострову возросло в сотни раз и связано это, прежде всего, с теми угрозами и непредсказуемостью действий, которые исходят со стороны нового руководителя КНДР: подземное ядерное испытание, введение в стране военного положения, разрыв соглашения с Республикой Корея о примирении, ненападении, сотрудничестве и обменах, обострение отношений со странами Запада и, наконец, самое последнее и самое неприятное (это еще мягко сказано) – объявление войны Южной Корее и жесткое обещание удара по США [1]. Мир в тревожном ожидании, что будет дальше, так как никто не может точно поручиться, блефует ли северокорейское руководство или его обещания реализуются в реальные действия.

В связи со всем этим, интерес вызывает человек, который, по сути, держит мир в напряжении и поведение которого никто не может прогнозировать, поскольку это во многом, если не во всем, неизвестная мировой политической аналитике фигура. Цель статьи заключается в попытке на основе имеющейся в Интернете информации обрисовать личностный и политический портрет северокорейского лидера и сформулировать некие вероятностные прогнозы его внешне – и внутривнутриполитического курса.

В последние годы всем было понятно, что правление Ким Чен Ира близится к концу. Четыре года назад «Великий Руководитель» перенёс инсульт и ошутимо сдал физически. В 2009 году он, с немалым запозданием, назначил себе наследника, в то время как самого Ким Чен Ира задолго и очевидно отец готовил к тому, что тот наследует «северокорейский трон». Мировая и, надо полагать, северокорейская общественность до этого терялась в догадках, кто же будет третьим Кимом. В итоге им стал Ким Чен Ын – третий сын второго Кима. И, тем не менее, и смерть Ким Чен Ира, и появление во главе северокорейского государства Ким Чен Ына стала неожиданностью для как северокорейского народа, так и для мировой общественности. Назначение Ким Чен Ына на пост руководителя страны оказалось неожиданным не только для США и Европы, но и близлежащих стран, в том числе и для Южной Кореи. При жизни его отца на роль преемника претендовали не только сыновья, но и другие родственники. Кандидатура же младшего сына вообще не рассматривалась ввиду его возраста. Правда, по сложившейся традиции, внутри Северной Кореи легитимность нового главы партии и государства не вызвала никакого сомнения, да и внешний мир ничего нового в способах передачи власти и ее легитимации не ожидал [5].

Совсем недавно (декабрь 2011 года) вступивший в обязанности главы государства, Ким Чен Ын уже успел (еще до последнего обострения кризиса на полуострове) выступить с несколькими публичными заявлениями, что даже заставило международных аналитиков и экспертов искать в его речах и действиях некие намеки на смягчение режима и может быть на начало реформ. Но столь же быстро новый властитель приступил и к первым открытым и скрытым репрессиям политической элиты.

Одним из первых проявлений страшных расправ стал приказ о расстреле из миномета одного из генералов, замеченного в состоянии алкогольного опьянения во время официального траура по отцу нового руководителя страны Ким Чен Ира. Приказ был отдан молодым северокорейским лидером практически сразу после выявления недостойного поведения. Кажущийся тогда еще мягким на первый взгляд, лидер потребовал уничтожить провинившегося офицера таким способом, чтобы от него не осталось даже останков для последующего захоронения [2].

О младшем сыне прежнего руководителя КНДР известно совсем немного. Страна представляет собой наиболее закрытое в информационном плане государство, поэтому даже самые значительные события в ее жизни далеко не своевременно становятся достоянием мировых информагентств. Однако некоторая информация о новом политическом лидере Северной Кореи Ким Чен Ыне все же содержится в СМИ.

Итак, дата рождения Ким Чен Ына точно не известна. В Северной Корее не принято публиковать биографии политических деятелей, а самые значительные фигуры вообще проводят свою жизнь в условиях секретности. Чаще всего информация передается для общего пользования разведывательными службами иностранных государств, в особенности Южной Кореи. В прессе упоминаются в качестве даты рождения 8 января 1982, 1983 и даже 1984 годов. Ориентировочно новому лидеру должно быть около тридцати лет. Его мать, японская балерина, красавица Ко Ён Хи, являлась третьей женой Ким Чен Ира, хотя в отдельных источниках ее именуют фавориткой, а не супругой бывшего главы государства. Отец

Ким Чен Ына отличался особой любвеобильностью и имел много союзов с разными женщинами, что объясняет его многодетность. В 2004 году Ко Ён Хи скончалась, точной причины смерти неизвестно.

Жизнь самого молодого главы государства покрыта тайной, с двадцати лет сведения о нем были засекречены, поэтому судить о его характере и образе жизни крайне сложно, используя лишь данные публичных выступлений, интервью и документы, а также сообщения прессы, которые разрешены к публикации за рубежом. Еще в 1999 году сын корейского диктатора окончил международную школу в Берне и покинул Швейцарию, где длительное время пребывал под видом сына известного корейского дипломата. По большей части обучение Ким Чен Ына велось на дому. Если верить западным источникам, то пришедший к власти в КНДР человек имел проблемы с получением европейского образования. Во-первых, ему плохо давался немецкий язык, в результате чего мальчик был переведен в класс с учениками младше его на два года. Во-вторых, он часто не посещал занятия по неустановленным причинам. В-третьих, однажды Ким Чен Ын попросту провалил экзамен по естествознанию. А после получил весьма невысокие отметки по таким дисциплинам как культурология, математика и обществознание. Тем не менее, в корейской прессе отмечаются особые интеллектуальные способности младшего сына Ким Чен Ира, что, якобы, и явилось основанием вступления его на пост главы государства. Однако к такой характеристике стоит относиться критически, так как в Северной Корее проводится политика возвеличивания руководителя [3].

В отдельных заметках также уделяется внимание физическому здоровью сына жестокого диктатора (как бы сын его не превзошел), в некоторых источниках говорится о наличии у Ким Чен Ына диабета. Говоря об увлечениях, стоит отметить, что в период пребывания в Европе нынешний северокорейский лидер увлекался баскетболом, причем внимательно следил за матчами американских команд. Об образе жизни руководителя известно мало. В южнокорейских средствах печати можно встретить обвинения в его адрес в участии в так называемых «вечеринках удовольствия», практиковавшихся еще отцом Ким Чен Иром. Утверждение кажется правдоподобным, так как большинство из детей скончавшегося лидера, как и он сам, были не раз замечены в увеселительных заведениях с сомнительной репутацией. По некоторым данным имеется у Ким Чен Ына и наследник, родившийся в 2010 году. Если в период своего пребывания в Европе наследник пусть редко, но появлялся на публике в сопровождении Ри Чола, занимавшего должность посла в Швейцарии, то после его возвращения в КНДР, длительное время можно было найти лишь его фоторобот. Есть сведения, что в этот период своей жизни новый лидер КНДР проходил обучение в университете имени своего отца. Какие события произошли в его жизни в это таинственное время, и как они повлияли на его политические убеждения, неизвестно. На рождении малыша настаивал его могущественный отец, ратовавший за продолжение династии. В общем, о личной жизни главного северокорейца известно очень мало.

Однако даже это немного зарождало надежды у зарубежных политиков на некоторую стабилизацию страны, а также стали даже задумываться о снятии ряда запретов и ограничений политического и экономического характера. Большинство таких ожиданий (уже очевидно не оправдавшихся) базировались на том самом на факте длительного проживания нового лидера в Европе и прохождения обучения в соответствии с лучшими западными программами.

Публичная жизнь началась достаточно недавно. С 2006 года появилась информация о выдаче работникам Трудовой партии специальных значков с изображением младшего сына действующего лидера. Кроме того, мать Ко Ён Хи, еще при жизни требовала именовать сына не иначе как «Король утренней звезды», надеясь указанным званием возвеличить его статус и поднять его авторитет в обществе. Предпосылками возвышения молодого политика стала также акция по торжественному чествованию его матери.

Появление на международной арене малоизвестного и, следовательно, сложно прогнозируемого деятеля заставляли пристально следить за каждым решением и мероприятием с его участием. По мнению Андрея Ланькова, профессора университета Кунмин, новый северокорейский лидер намеренно копирует поведение не отца, а деда – основателя династии Ким Ир Сена. Это и интонации и тембр голоса и даже костюм, не советуемый современной моде в стране. Скорее всего, молодой кореец будет проводить именно политику своего деда. Собственно об этом и было сказано в первом публичном выступлении Ким Чен Ына [3]. Профессор отмечает также, что у нового руководителя КНДР имеются ораторские способности, чем он вновь напоминает легендарного и весьма почитаемого в этой стране Ким Ир Сена.

Несмотря на свой сравнительно молодой возраст, сын Ким Чен Ира уже является вполне состоявшимся и опытным политиком. Это человек со сложившимися взглядами, имеющий ясное представление о направлениях развития своей страны. Российская пресса в 2009 году сообщила о том, что младший сын был назван официальным приемником действующего главы КНДР. В действительности таковым он стал еще в 2007 году, что подтверждается сообщениями северокорейского радио. Ким Чен Ын также имеет опыт и в области государственной безопасности. Отец предоставил своему сыну прекрасную возможность изучить внутреннюю структуру государства, поэтому считалось, что ждать от нового лидера опрометчивых и легкомысленных решений не придется.

Как полагают, Ким Чен Ын удачно использует накопившееся разочарование народа в период правления отца и авторитет деда, на которого очень похож внешне. Несмотря на то, что скончавшийся

Ким Чен Ир был и способнее и дальновиднее своего предка, население ассоциирует годы его пребывания у власти с двадцатилетним хаосом и беспорядком. Правление же основателя династии представляется современным жителям Северной Кореи периодом стабильности. В отношениях с военной элитой наблюдается процесс целенаправленного удаления неугодных от власти и назначения на важнейшие посты работников по партийной линии, причем большая часть из них относятся к гражданским лицам [4].

Относительно поведения во внешней политике КНДР сомнений не осталось после очередной попытки запуска ракеты. Несмотря на то, что испытания прошли неудачно, правительство заявило своему народу о том, что угрозы ядерным оружием, длительное время поступавшие от врагов (здесь был явный намек на США), больше Северной Кореи не страшны. В области военного руководства также наблюдается стремление к ужесточению. Армия по-прежнему остается огромной для такой небольшой страны. Только действующие войска по своей численности превышают 1 млн. человек, и сокращать армию новый глава КНДР не намерен [5].

Так, что в свете этой информации последнее поведение Ким Чен Ына по эскалации отношений с Южной Кореей и США едва ли можно трактовать как истеричное и непродуманное. Во-первых, шантаж мирового сообщества и запугивание соседей на юге – это долгосрочный тренд. Равно как и воинственная риторика в отношении США. Во-вторых, вполне может быть, что все это рассчитано, прежде всего, на «внутреннее потребление». В стране, безусловно, много сложных проблем, на решение которых едва ли хватит сил, даже если это пытаться сделать. А ведь известно, что воинственный настрой, поиск врагов внешних и внутренних – лучший способ для режимов, подобно северокорейскому, отвлечь внимание население от этих проблем, сплотить и отмобилизовать его. Стоит лишь надеяться, что третий Ким все-таки в своем воинственном настрое не перейдет «точку невозврата», и ситуация на Корейском полуострове не реализуется по самому худшему сценарию.

Список использованных источников и литературы

1. Северная Корея объявила США «столетнюю войну» – URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1013884>
2. Северокорейский генерал казнен из миномета за неуважение к Ким Чен Иру // Tengrinews.kz – URL: <http://tengrinews.kz/asia/severokoreyskiy-general-kaznen-iz-minometa-za-neuvajenie-k-kim-chen-iru-222433/>
3. Кунгурцев Е. Ким Чен Ын – новая загадка Северной Кореи // Newsland – URL: <http://newsland.com/news/detail/id/942358/>
4. Ланьков А.Н. Культ личности Ким Чен Ына, или Монархия по-северокорейски – URL: <http://www.vremia.ua/rubrics/zarubezhe/1550.php>
5. Ланьков А.Н. Куда ведут Северную Корею реформы Ким Чен Ына. – URL: http://slon.ru/world/kuda_vedut_severnuyu_koreyu_reformy_kim_chen_yna-827006.xhtml

ВЛИЯНИЕ КОЛОНИАЛИЗМА НА РАЗВИТИЕ КОЛОНИАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВ В ИСТОРИОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Андреев Д.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время страны Юго-Восточной Азии (далее – ЮВА), т.н. «азиатские тигры», поражают весь мир темпами экономического развития, а ведь всего каких-нибудь двести лет назад это были колонии или полукolonии, значительно отстающими в развитии относительно европейских держав. Конечно, стоит иметь в виду, что далеко не все государства Юго-Восточной Азии являются развитыми индустриальными державами. Чем же можно объяснить столь небывалый скачок, такой удачный пример синтеза достижений двух культур, в одних странах, и нахождение других в списке стран «второго» или «третьего эшелона»? В поиске ответов на эти вопросы вот уже не первое десятилетие историки обращаются к эпохе колониальных империй, видя в ней основную причину происходящего. Но при обращении к одним и тем же фактам, одному и тому же историческому периоду, делаются совершенно разные, порой диаметрально противоположные выводы.

В данной работе не ставилась цель изучить собственно историю колонизации – основное внимание уделено современной историографии, посвященной данной проблематике. В отечественной и зарубежной историографии сложились разные подходы к оценке феномена колонизации. В этом контексте будет уместно обратиться к работам таких учёных, как Э. Вильчек, Ю.Н. Родригес, М. Ферро, в которых с различных позиций даётся видение процесса колонизации и его результатов.

Так, например, Э. Вильчек в своей книге «История человечества Знание Тихого и Индийского океанов. Индонезия», исследовавший историю народов Индонезии, применяя антропогеографический и этнографический подходы, приходит к мысли, что «Океаническая раса, во всех отношениях склонявшаяся к упадку еще до соприкосновения с европейцами, оказалась перед белыми незначительную способность сопротивления. Туземное население пало жертвой не насильственного вытеснения или угнетения, как в

Северной Америке, но своеобразного разложения. Океанийцы вообще оказались весьма доступными влиянию белых, относились к ним с симпатией, воспринимали их нравы и учреждения, их образ жизни и мыслей, но их собственные основы оказывались при этом поколебленными» [1.С.46]. По его мнению, там, где океанийцы ассимилировались с европейцами, возникает потенциал для дальнейшего развития, т.к. через них к туземцам проникает высшая культура. Там же, где соприкосновение было поверхностным, только лишь с «тёмными сторонами» иной цивилизации, наблюдается большой вред характеру туземцев, их вырождение. При постоянном потоке иммиграции Океания должна стать своего рода «плавильным котлом», который призван сыграть решающую роль в будущем [1.С.47-51].

Исследователь подмечает, что, несмотря на негативные стороны влияния европейцев, в целом, оно принесло и принесёт больше положительного. Но автор говорит о благотворном влиянии европейцев с позиции неотвратимости такого воздействия, его исторической обусловленности. Представляется маловероятным, что океанийцы не смогли бы выработать свою «высшую культуру», идя по собственному, отличному от западного, пути. Автор утверждает, что дальнейшая эволюция океанийцев связана с заимствованием, ассимиляцией. Однако далеко не во всех обществах эта дальнейшая эволюция проявилась сразу, наоборот: в обществе зачастую консервировались старые порядки, которые искусственно поддерживались метрополиями для более эффективного контроля над колониями. Местное население со временем было поставлено в условия необходимости работы на метрополии, в зависимость от них, что препятствовало развитию культуры, а сами метрополии даже в XIX в. искусственно сдерживали развитие рыночных отношений, удерживая искусственные цены на товар, производимый в колониях. Лишь гораздо позднее можно говорить о дальнейшей эволюции восточных обществ, но и здесь не обходится без противоречий.

Другой видный историк, Ю.Н. Родригес придерживается другой позиции: процесс превращения стран Азии и Африки в источники сырья для капиталистической промышленности подрывал основы натурального хозяйства, связывал эти страны с мировым рынком, насильственно втягивал в МКХ (Мировое капиталистическое хозяйство). Метрополии диктовали своим колониям характер и способ ведения сельского хозяйства, переводя его на производство выгодных им культур. Многие зависимые страны стали специализироваться на выращивании одной культуры в ущерб всем остальным. Так, Ассам, Цейлон, Ява стали районами выращивания чая. Бенгалию англичане специализировали на производстве джута [2.С.9], [3.С.4-5].

Империализм консервировал в колониях и зависимых странах феодальные пережитки. Хотя в конце XIX в. в большинстве стран Азии и некоторых странах Африки натуральное хозяйство было подорвано и в деревню проникали товарно-денежные отношения, эксплуатация лишенного земли крестьянства по-прежнему носила феодальный или полуфеодальный характер. Не только свои помещики, но и метрополии империалистических государств эксплуатировали крестьянство Азии и Африки полуфеодальными методами. На плантациях, принадлежащих иностранному капиталу, рабочие находились на положении по сути полурабов-полукрепостных (о чем подробнее будет сказано позже). Стремясь сохранить колонии и зависимые страны в качестве своих аграрно-сырьевых придатков, империалистические державы поддерживали господство землевладельцев и другие пережитки Средневековья. Внедрение иностранного капитала сопровождалось усилением феодальной эксплуатации крестьянства. Империалистический гнет был неразрывно связан и тесно переплетался с феодальным гнетом [2.С.10],[3.С.9].

По его мнению, европейский колониализм не способствовал развитию капитализма на Востоке, наоборот, он консервировал архаичные порядки и не давал возможность дальнейшему развитию. При этом он отмечает, что в конце XIX зарождается, а в начале XX в. действует колониально-капиталистический синтез. Иностранное плантационное хозяйство крупного типа модифицировалось в капиталистическое предприятие, что способствовало становлению капиталистического уклада в колониях. Благодаря им в первой половине XX в. развернулся мощный процесс по освоению новых, неиспользовавшихся ранее земель и внедрению новых технических культур. Плантации обрастали инфраструктурой и современными предприятиями. Рост крупного плантационного хозяйства имел негативную колониальную форму: иностранный капитал, контракция рабочих, односторонность развития хозяйства и т.д. Одновременно с этим этот процесс представлял собой прогрессивную тенденцию становления развитых форм капитализма в колониях. Со временем, интегрируясь в местную экономику, плантационное хозяйство стало занимать в ней значительное место. «Помещичья» модель развития капитализма в сельском хозяйстве Востока, в которой доминировали отношения земельной ренты и крестьянской кабалы, являлась свидетельством формирования нового типа производства. Формируется институт частной собственности. Пересаженные на восточную почву капиталистические отношения стали мощным стимулом развития национального частного промышленного предпринимательства [3.С.11-12].

Можно сделать вывод о том, что автор, говоря об отрицательных чертах колониализма, не отрицает и определённого положительного влияния на колонии, в которые транслировались западные ценности и достижения. В конце концов, большинство из них нашли способ синтеза национального и иностранного, и вышли на новый этап развития. При этом стоит обратить внимание, что этот синтез порой принимал причудливые, если не уродливые формы. Зачастую западные ценности, если могли

ассимилироваться местным населением, понимались по-своему, порождая их собственную трактовку. Так, например, в «Конституции пяти властей» Сунь Ятсена сплелись западное разделение властей и китайская традиция контрольной и экзаменационной власти. В Японии создали парламент при сохранении обожествления императора.

В исследованиях западных учёных, посвящённых колонизации, превалировал европоцентристский подход: локальные культуры и общества Восточной Азии мыслились как отсталые, постулировался тезис об изначальном превосходстве Запада над Востоком. Соответственно, колонизация представлялась как благо для колонизируемых народов, ведь через этот процесс они приобщались к мощному пласту западной культурной традиции. Однако с изменением политических реалий, в частности, с развёртыванием процесса деколонизации во второй половине XX в., появилась потребность в осмыслении эпохи колониальных империй в новом ключе, т.к. от этого зависело выстраивание отношений с новообразованными государствами.

К примеру, взаимодействие с европейцами, по словам авторов Кембриджской «Истории», принесло инновации, адаптируемые местным населением. Основание города, контролируемого европейской страной, создавало уникальную смесь иностранного и местного элементов в его структуре, управлении, экономике и жителях, которым была предоставлена возможность наблюдать и принимать участие в новых видах экономической деятельности, принимать полезные новые идеи, вступать в смешанные браки. Эти смешанные общества процветали в городах и стали идейными посредниками, помогая восполнить социальные экономические, культурные и технологические (восполнить) пробелы, разделявшие иностранцев с местными жителями. Были заимствованы идеи для модернизации мореходства и огнестрельного оружия. Южноазиатские общества принимали новые идеи, которые лучше всего могли послужить их текущим целям. В прошлом такой поход оправдывал себя, и не было никаких причин верить, что выборочное заимствование снова не оправдывает себя в усилении и обогащении этого общества [6.С.346].

Для авторов синтез и заимствования носили скорее выборочный характер, а влияние иностранцев носило скорее благотворное влияние. Они, в отличие от российских исследователей, не делают акцента на губительных итогах экспансии европейцев для местных общественных и политических структур, не говоря уже о культуре. Внимание читателя обращается на мощный толчок к развитию, который дало знакомство местного населения с достижениями европейской культуры.

Другой зарубежный историк XX в., Марк Ферро, придерживается иной точки зрения:

«Главное различие между колониальной экспансией 16 и 17 вв. и эпохой империализма, который последовал после этого, является тот факт, что индустриальная революция обеспечила мировую систему империализма ресурсами, позволившими изменить характер отношений между метрополиями и колониями. Первый этап колонизации ничем почти не отличается от колонизации Тюрками, Арабами и Римлянами, в том смысле, что экономический, военный и технический разрыв между колонизаторами и колонизируемыми был невысоки, а торговля была очень ограничена. Соотношение уровня жизни европейцев и жителей колоний в этот период 1/1,5. После индустриальной революции, согласно Полу Байроку (Paul Bairoch), это соотношение увеличилось с 1,9/1,0 в 1860 до 3,4 в 1914 и 5,2 в 1950. И увеличение этого разрыва не прекратилось с окончанием периода колониализма.

На первых порах потребление неевропейских товаров в Европе варьировались от 2 до 10 %. Оно лишь чуть затронуло внешнюю сторону структур покоряемых или доминирующих обществ. Для Индии, например, было, по большому счёту, всё равно, кому продавать товары: португальцам или арабам.

Но с увеличением потребностей экономического империализма, второй этап привнёс с собой значительные структурные изменения. Необходимо выделить два главных: деиндустриализацию и специализацию сельского хозяйства на технических культурах.

Например, текстильная индустрия в Индии. В 17 веке производство хлопковой материи составляло до 70 процентов экспорта. Индустриализация позволила Англии применять машины в текстильном производстве, которые были в 350 раз продуктивнее ручного труда. И, воспользовавшись правами доминиона, Англия стала завозить свои ткани. В результате менее чем через век текстильная промышленность в Индии была полностью загублена» [5.С.16].

Марк Ферро выделяет три вида колонизации на основании взаимоотношений колонизаторов и колонизируемых:

- 1) колонизация старого типа: экспансия, под эгидой выхода на ступень свободной конкуренции в развитии капитализма;
- 2) колонизация нового типа: связана с Научно-технической революцией (НТР) и финансовым капитализмом. Экспансия Британии и Германии в Восточной и Южной Африке;
- 3) империализм без колонизации. Это более «чистая» форма, без высадки колонистов, например, в Латинской Америке, где Сити таким образом управляло в Аргентине и Перу, прежде чем передать их США. Эта практика империализма без непосредственного управления пережила движения за независимость во второй половине XX в.

М. Ферро отмечает, что колонизация в узком её понимании закончилась с поражением французов во Вьетнаме и Алжире, британцев в Индии, Немцев в Индонезии, но западное доминирование всё ещё живо, в той или иной форме, в качестве неоконимализма. Деколонизация часто ограничивалась заменой

одного лидера другим, но все экономические связи остались, прежняя зависимость трансформировалась в новые формы, к общей выгоде доминионов и местных средних классов [5.С.18].

М. Ферро согласен с тем, что европейцы в колониальный период находились во власти предрассудков и иллюзий: «Миссия белого человека заключалась в том, чтобы цивилизовать мир. Британцы выступали носителями светоча знаний. Это убеждение и задача значили, что другие расценивались как представители низшей культуры...» [5.С.19-20].

Таким образом, несмотря на то, что прошло сравнительно немного времени, по историческим меркам, после распада колониальной системы, учёными предпринимаются попытки объективно оценить влияние колониализма на локальные культуры и общества Восточной и Юго-Восточной Азии. Причины такого интереса кроются не только в стремлении выявить источники стремительного развития стран Азии, но и выяснить, положителен ли характер этого развития, не уничтожает ли техническая модернизация культурную идентичность общества, его традиции. Колониальная система затронула практически все общества Южной и Юго-Восточной Азии, её влияние не ограничивалось только производственной или культурной сферами – она также изменила психологию людей, некоторые стереотипы поведения. Исходя из актуальности данной проблемы, вполне закономерен плюрализм мнений и подходов учёных. С распадом колониальной системы для стран Юго-Восточной Азии настал новый этап. От того, как историографическом дискурсе будет осмыслен один из важнейших этапов в их истории – эпоха колониализма, зависит то, в каком русле они будут выстраивать отношения в современном мировом сообществе.

Список использованных источников и литературы

1. Вильчек Э. История человечества: Значение Тихого и Индийского океанов. Индонезия. –СПб.: «Полигон, 2004. – 191 с.
2. Новейшая история стран Азии и Африки, XX век: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений: В 2 ч. / Под ред. А.М. Родригеса. – М.: ВЛАДОС, 2001. – Ч. 1: 1900-1945. – 368 с.
3. Родригес А.М. История стран Азии и Африки в Новейшее время: учеб. для вузов. – М.: Проспект, 2009. – 512 с.
4. Davis N. Europe: a history, Oxford University Press, 1996. – 2223 p.
5. Ferro M. Colonization: A global history, UK: Routledge, 1997. – 389 p.
6. The Cambridge history of Southeast Asia, V.1 From early times to c. 1800 / edited by Tarling N. Singapore: Kin Keong Printing Co., 1994. – 636 p.

РОЛЬ СЭЗ ДЖУРОНГ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ СИНГАПУРА

Андреев Д.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Свободные Экономические Зоны (далее – СЭЗ) заняли прочное место в развитии современной мировой экономики. В самой общей форме под СЭЗ следует понимать часть территории страны, где государство устанавливает особый режим управления, наиболее благоприятный для деятельности иностранных и отечественных предпринимателей, для привлечения внешних и внутренних инвестиций. Этот режим обычно предусматривает особые льготы для осуществления торговых операций (вплоть до отмены экспортно-импортных пошлин), налоговые льготы (вплоть до отмены налогообложения), финансовые льготы на предоставление коммунальных и иных услуг и административные льготы, облегчающие процедуры въезда и выезда, регистрации предприятий и т.д. [2]. Многолетний опыт их существования и функционирования доказал, что они могут быть использованы как для ускоренного развития интеллектуального потенциала страны (Силиконовая долина, Бостон-128, США), так и для поднятия депрессивных районов, снижения контраста между центром и периферией (Япония). При всём этом стоит отметить, что первые СЭЗ появились в западных странах (первой официальной СЭЗ в новейшее время стал аэропорт Шелдон в Ирландии), именно там были апробированы методы управления и способы функционирования СЭЗ, определилось деление СЭЗ по группам назначения (промышленно-производственные, технико-внедренческие, торговые и т.д.). В связи с этим возникает вопрос: возможно ли успешное воспроизведение западного опыта создания и функционирования СЭЗ на почве стран Восточной и Юго-Восточной Азии, где имеется своя культурная, социальная и экономическая специфика?

При ответе на этот вопрос обратимся к Сингапуру: городу-государству в Юго-Восточной Азии. Его относят к «Новым индустриальным странам первой волны», «азиатским драконам» [4.С.376]. В 1965 г. Сингапур получил статус независимого государства (Сингапур был колонией Англии, лишь в 1959 г. получил статус «самоуправляющегося государства под опекой Англии», в 1962-1965 гг. входил в состав Малайзии). Уже в первые годы после обретения независимости Сингапур столкнулся с трудностями, корни которых лежали в необходимости выбора самостоятельного экономического развития. Дело в том, что исторически специализацией Сингапура, благодаря выгодному положению среди морских путей в Юго-Восточную Азию, была транзитная торговля. Но долго существовать и развиваться только лишь на

базе реэкспортной торговли невозможно, поскольку страна становилась зависимой от колебаний товарооборота. Это хорошо понимали и в руководстве страны, поэтому была разработана концепция «экономического интернационализма» и «глобального города» [3.С.21-22].

В рамках этих концепций было объявлено о «крупномасштабной индустриализации», предполагающей создание взаимодополняющих отраслей промышленности для того, чтобы они стимулировали развитие друг друга, с привлечением иностранных инвестиций [5.С.1], [3.С.22]. В 1959 году вступили в силу Закон о пионерных отраслях и Закон о расширении мощностей индустриальных предприятий. Согласно законам промышленные предприятия освобождались от подоходного налога на 5 лет при условии инвестирования в новые отрасли промышленности [3.С.25]. Позже курс на создание импортозамещающей промышленности был пересмотрен из-за узости внутреннего рынка, и во втором пятилетнем плане (1961-1966 гг.) был взят курс на экспортно-ориентированную экономику. В 1963 г. власти Сингапура придали статус Свободной экономической зоны порту Сингапур и промышленному району Джуронг, которые стали одними из первых Свободных экспортно-ориентированных зон в Азии [3.С.23].

В 1968 г. была создана Корпорация развития Джуронга – государственная административно-консалтинговая организация. Её первоначальная цель – превращение района Джуронг в крупнейший индустриальный центр, а в дальнейшем – планирование и управление индустриальными районами в Сингапуре. Индустриальный район Джуронг являлся локомотивом индустриализации в Сингапуре: его предприятия обеспечили население рабочими местами (а в первые годы независимости безработица была одной из острых проблем Сингапура) и уменьшили зависимость Сингапура от реэкспортной торговли. Мало кто верил, что осушение болотистой местности («потерянного региона»), холмистой и сплошь покрытой джунглями в западной части Сингапура позволит воплотить на этом месте проект по созданию первого индустриального района. Сингапuru необходимо было в кратчайшие сроки победить безработицу, диверсифицировать экономику [5.С.1].

В 1970-х гг. для дальнейшего успешного развития экономики Сингапура потребовалось переключение на нефтехимическую и нефтеперерабатывающую промышленность. Местом расположения предприятий этих отраслей были определены острова за пределами индустриального района Джуронг. Помимо этого, в промышленных районах, в том числе и в Джуронге, появляются предприятия, относящиеся к производству мебели и фурнитуры и судостроительные заводы и сети цехов, вбирающих в себя более мелкие предприятия.

В 1980-х гг. программа «крупномасштабной индустриализации» была пересмотрена. Была поставлена задача модернизации экономики Сингапура, её ориентация на науку, новейшие технологии и знания.

В 1990-х гг. роль информации и инновационных технологий стала ключевой для успешного ведения бизнеса, и Корпорация развития Джуронга должна была найти способ не отстать от стремительно изменяющихся потребностей бизнеса. Стратегии организаций изменились в пользу нужд потребителей, стали более бизнес-ориентированными и обратили взор на международные рынки. Корпорация развития Джуронга эволюционировала, и если раньше она занималась развитием местной инфраструктуры, то теперь она стала «партнёром» бизнес-кругов. В 1992 г. в Восточном Джуронге был создан Международный бизнес-парк. 20% его территории было отведено под открытые пространства с садами, фонтанами. Этим создатели шли навстречу предприятиям, основанным на креативном труде (разработка программного обеспечения, дизайн продукции, т.е. информационные технологии). Кроме того, была произведена переориентация на предприятия, производящие продукцию с высокой добавочной стоимостью [5.С.2-5].

В 1991 г. был разработан план по сохранению и оптимальному использованию имеющихся земельных ресурсов. Корпорация развития Джуронга привела в исполнение план по увеличению земельного фонда. Для удовлетворения потребностей растущей индустрии, была организована мелиорация земель для расширения площади индустриальной зоны Джуронг. Она проводилась в 1960-е и в 1970-е гг. в процессе создания Индустриального района Джуронг. Но если раньше мелиорация проводилась с целью приращения земельной площади к индустриальному району Джуронг, то в 1990-х гг. была произведена мелиорация земель для объединения разрозненных островков южнее этого района для создания центра химической и электропромышленности, который стал называться островом Джуронг (с 1993 г.). На территории острова Джуронг развитая инфраструктура связывает все предприятия, позволяя в кратчайшие сроки транспортировать продукт от одного предприятия к другому [5.С.5].

В начале 2000-х гг. намечился переход к организации офисного типа, ориентированной на потребителя и бизнес. Это побудило Корпорацию развития Джуронга продвигать предприятия, работающие с информационными технологиями [5.С.6].

После азиатского кризиса 1997 г. Сингапур был поставлен перед проблемой реформирования экономического курса. Практика заключения соглашений о создании зон свободной торговли значительно расширилась. В частности, подписанный в январе 2002 г. двусторонний договор с Японией предусматривает беспошлинный ввоз обеими странами 98,5% товаров. В 2003 г. Сингапур заключил соглашение с Соединенными Штатами Америки о свободной торговле. Важной частью новой стратегии

стало создание зон свободной торговли со странами АТР, в том числе с Новой Зеландией, США, Японией, Канадой, Австралией и др. (например, на о. Батам создана совместная Сингапурско-Индонезийская зона свободной торговли) [3.С.57].

В августе 2001 г. премьер-министр Го Чок Тонг обнародовал «Новую экономическую стратегию». В основу стратегии был положен опыт экономического развития США, в том числе создания и развития СЭЗ. В частности, сингапурские экономисты обратили внимание на опыт функционирования американских общегосударственных учреждений, а также сложившиеся формы сотрудничества с бизнесом. Американские предпринимательские традиции, прежде всего поощрение готовности к риску и неосуждение неудач, также соответствовали духу экономики Сингапура, ориентированной на высокотехнологические предприятия и проекты [3.С.53]. В этом контексте стоит обратить внимание на технопарк Биополис: научно-исследовательский и промышленный центр, расположенный в сердце Сингапура.

Технопарк Биополис был создан в индустриальном районе «Уан-норс» (One-north), который находится восточнее индустриального района Джуронг. Проект индустриального района «Уан-норс» также был разработан Корпорацией развития Джуронга. В технопарке Биополис учёные могут получить необходимые субсидии для организации производства, чтобы как можно скорее претворить научные разработки в жизнь. Конечно, условием предоставления такой поддержки является наличие у государственного фонда А*STAR (Агентство Науки, Технологий и Исследований) определённого пакета акций такой фирмы. В Сингапуре основная ставка делается на инновации: каждый учёный, принятый на работу в Биополис (на срок от 3-5 лет) должен получить патенты на n -е количество изобретений, инноваций; получая неограниченное субсидирование, он должен в краткие сроки предоставить максимальные результаты, и если этого не происходит, его увольняют. Благодаря этому Сингапур вышел на 15-е место по количеству патентов (данные за 2010 г.), но некоторые учёные отмечают, что в погоне за показателями и эффективностью бизнес-круги Сингапура пропускают мимо идеи, для воплощения которых требуется слишком большое количество времени [6.С.32-37].

В настоящее время в индустриальном районе Джуронг, площадью в 6500 га, расположено 1834 предприятия с числом занятых 100 тыс. человек [1]. Под индустриальным районом Джуронг следует понимать не только промышленную зону острова Сингапур, но и искусственно созданный остров Джуронг, ставший логическим продолжением развития комплексного индустриального проекта. Учитывая то, что в создании практически всех индустриальных зон и технопарков Сингапура принимала участие Корпорация развития Джуронга, можно сделать вывод о существовании единой многоотраслевой индустриальной зоны, объединённой эффективными средствами коммуникации между предприятиями. Отец-основатель СЭЗ Джуронг, Го Кен Све (Goh Keng Swee), министр финансов (1959-1965), а также министр внутренних дел и обороны (1965-1967), видел в Джуронге зародыш широкомасштабного процесса индустриализации Сингапура [5.С.1]. В этом отношении результаты намного превзошли его ожидания.

Итак, индустриальный район Джуронг в сравнительно короткий срок стал локомотивом сингапурской экономики: здесь приводятся в исполнения самые смелые проекты, а иностранным предприятиям предлагаются самые комфортные условия деятельности. Именно с него началось реформирование экономики Сингапура, развитие его промышленности и апробация новых форм сотрудничества с иностранными инвесторами. Сравнивая опыт Сингапура в деле создания СЭЗ с опытом западноевропейских стран и США, можно сказать, что Сингапуром были успешно ассимилированы достижения западных стран, но, в силу специфики Сингапура, в частности: небольшая площадь территории, отсутствие собственных полезных ископаемых, ограниченные запасы пресной воды, многокультурное население, авторитарный режим, определило то, что многие нововведения в Сингапуре приводятся в исполнение директивно. Условия работы на предприятиях, особенно на государственных, отличаются особой жёсткостью, ориентацией на прибыль. Сингапuru приходится постоянно искать новые пути развития, оперативно отвечать на вызовы времени для выживания, поэтому роль государства в СЭЗ очень велика. Немалую роль сыграла и конфуцианская мораль: около 70 % населения Сингапура – китайцы (хуасяо) [4.С.378], и это не могло не наложить отпечаток на характер руководства страной, а также на характер производственного процесса. В настоящее время Сингапур отменил налог на товары и услуги в отношении золота и других драгоценных металлов, тем самым пытаясь увеличить свою долю в мировой торговле драгоценными металлами и укрепить свою позицию в качестве мирового финансового и торгового центра. Более того, впервые со дня обретения независимости, в Сингапуре разрешили легализовать игорный бизнес [8]. Всё делается для того, чтобы обеспечить стабильное развитие и процветание этого города-государства, и для достижения этой цели ему необходимо проводить гибкую политику в динамично развивающемся мире.

Список использованных источников и литературы

1. Материалы сайта <http://www.jtc.gov.sg>
2. Материалы сайта <http://geo.1september.ru>
3. Пахомова Л.Ф. Модели процветания (Сингапур, Малайзия, Таиланд, Индонезия). – М.: Институт востоковедения РАН, 2007. – 256 с.

4. Черников Г.П., Черникова Д.А. *Мировая экономика: учеб. Для вузов. – 2-е изд., испр. – М.: Дрофа, 2006. – 430 с.*
5. Kaushik D. *Evolution of Industrial Landscape in Singapore // 48th ISOCARP congress, 2012. – 14 p.*
6. Meera L.D. *The science factory – URL: protomag.com//winter 10*
7. Rastin T. *model for Development: a case study of Singapore’s economic growth. – Critique: a worldwide student journal of politics, 10 p.*
8. White T. *Global Investing. Profile: Singapore, 10 p.*

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЯПОНСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Багалец М.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Япония за последние десятилетия сильно вырвалась вперед в экономическом развитии, что повлияло на жизнь всех слоев общества. Этот процесс не мог не затронуть молодежь, как один из самых активных слоев населения. Высокое технологическое развитие стало не только панацеей от старых проблем и разрухи после Второй мировой войны, но и явилось родоначальником новых проблем, присущих развитым капиталистическим странам. У молодых людей появился широкий выбор жизненного пути. Начинают исчезать рамки ограничивающие индивида. Значительно меняется система ценностей. На молодежь все меньшее влияние оказывают родители и родственники. Возрастает роль СМИ, Интернета. Стираются рамки культурной самобытности между странами, что также находит свой отклик среди молодежи. Однако новый мировой порядок, вызванной глобализацией, порождает новые вызовы, с которыми сталкивается молодежь. И в некоторых случаях неспособность адекватно реагировать на эти вызовы в соответствии с ожиданием общества порождает определенные проблемы. В своей работе я остановлюсь на ключевых проблемах, с которыми сталкивается современная японская молодежь.

Издевательства (идзимэ). Эта проблема достаточно традиционна для японской средней школы, но в настоящее время она приобретает новые черты. Проникающие идеи индивидуализма с Запада частично впитываются японцами, но при этом вступают в противоречие с принятой системой ценностей и системой воспитания. Воспитание японцев по принципу «быть как все» накладывает яркий отпечаток на школьную жизнь. Несоответствие внешнему виду (школьная форма), физическим данным (избыточная полнота или худоба) и «чрезмерная» успешность ребенка в учебе, спорте или музыке влекут за собой вначале избыточное внимание со стороны сверстников, которое вначале выражается в безобидных насмешках, а в последствие легко может перерасти в идзимэ – форму группового остракизма и издевательства [1].

Учитывая, что дети в Японии воспитываются исключительно в рамках группы, и не мыслят своего существования вне группы, последствия от Идзиме могут быть очень печальными. Вплоть до самоубийства. Согласно Японскому правительству в 2008 году в Японии 972 ученика совершили суицид.

Эскапизм или другими словами уход от реальности, является как следствием издевательства, так и вполне самостоятельной проблемой. Хотя японцы весьма и преуспели в диверсификации форм эскапизма (тут у нас и аниме с мангой, и общение в интернет чатах и социальных сетях, и «бразильские сериалы» – дорама) наиболее проблемная форма – онлайн игры. Некоторые люди звонят в клинику и описывают свою ситуацию, что они не могут прекратить играть в игры и тратят на них все свое время и деньги, пропуская учебы и забывая о своих обязанностях или даже сне. Вот история 19-летнего японца. Он начал играть в игру на своем мобильном еще в начале средней школы, убивая время во время поездок в школу и обратно. Однако со временем зависимость стала проявлять другие формы. Он пристрастился к так называемым ММОРПГ (Многопользовательские ролевые онлайн-игры). Это привело к тому, что он стал постоянно опаздывать на учебу из-за недосыпа и тратить все свои карманные деньги на игру, точнее на экипировку для своего персонажа. Ему нравилось, что люди, с которыми он был знаком в этих играх, восхищались силой его персонажа, что лишь побуждало его к дальнейшим тратам. В старшей школе его затраты на онлайн игры составляли около 80 тысяч йен в месяц (что примерно 30 тысяч рублей). Свои новогодние деньги (а японским детям принято на новый год дарить деньги) он сразу же тратил на онлайн игр, и 100 тысяч йен исчезли за 10 дней. К тому моменту как родители узнали о его зависимости он успел потратить 1 млн. йен. Во втором классе старшей школы он посетил клинику, что позволило ему прекратить играть на некоторое время, но спустя годы, в профессиональном училище он стал зависимым опять. Он описывает проблему: «У меня нет надежд на будущее в реальном мире. Но в игре я чувствую, что чего-то достигаю, мой персонаж развивается и это то, что я не испытываю в реальном мире – чувство удовлетворения и достижения поставленной цели». С развитием научно-технического прогресса проблема усугубляется. Агентство по делам потребителей Японии начало осуществлять контроль за онлайн играми с Мая 2012 года. Официальный представитель агентства заявляет: «С распространением мощных смартфонов люди стали легче впадать в зависимость, ведь теперь играть можно даже лежа в кровати» [2].

Однако следует понимать, что эти проблемы, в связи с мгновенным распространением информации в Интернете, почти в равной степени касаются и любого другого развивающегося или развитого общества. Хотя «лидерами» в этой области можно назвать Южную Корею и Китай, развитие рынка онлайн игр и средств виртуального общения существенно сказывается и на России, просто у нас в стране серьезно этими вопросами никто не занимается.

Трудоустройство. Система трудоустройства в Японии несколько специфична. Компании стараются нанять на работу только что выпустившихся студентов, не обращая внимания на таких же специалистов, которые закончили свое образование год назад или раньше.

Они вкладывают средства в обучение нового сотрудника с целью пожизненного найма. Те, кто не получает работу сразу после выпуска рискуют пополнить ряды фритеров или нитов (neet). Такая система не только негативно сказывается на тех, кто не смог устроиться после выпуска из японского университета, но и на студентах, которые возвращаются с учебы из-за рубежа, что косвенно влияет на количество студентов обучающихся за границей. Причем нежелание учиться за границей у японцев объясняется не только системой найма, но и низкой ценностью иностранного образования у себя на родине. Вот для примера график, иллюстрирующий кол-во иностранных студентов в США на 2010 год [3]. Почему так происходит?

На то есть несколько причин. Одна из первых – экономический спад, или рецессия. Японские работодатели стремятся перенести производства в другие страны с более дешевой рабочей силой. Другая возможная причина – намеренный наем временных работников, т.к. они обходятся гораздо дешевле, чем сотрудник, нанятый на постоянной основе. Но не во всех проблемах виноваты работодатели. Во многом виновата и сама молодежь, многие просто не знают чего они хотят, не имеют достаточной мотивации для поиска работы, и предпочитают жить с родителями в качестве парасайто сингуру, если родители это позволяют. Можно сказать, что это явление связано с последствиями высокого экономического развития в совокупности с особенностями японской культуры.

Парасайто Сингуру является производным от англ. Parasite single, что можно перевести как паразит-одиночка. Они продолжают жить со своими родителями после достижения совершеннолетия и устроившись на работу. По подсчетам социологов количество таких молодых людей составляет примерно 10% от населения всей страны. Паразитов-одиночек можно разделить на 2 лагеря. Первый, более позитивный, так называемые «**фурита**» (англ. freeter), что означает рабочие с частичной занятостью. Они появились в 1980-ых и живут по принципу: делать все, что хочется, живя на скромную зарплату от подработок. Как правило, это люди, провалившие вступительные экзамены в университет или колледж. На данный момент количество фурита растет стремительными темпами и прогнозируется, что их количество вырастет до 10 млн. к 2014 году [4].

Определяют три основных причины, почему люди становятся фритерсами:

1. Люди хотят наслаждаться жизнью, не вступая в «крысиную гонку» (бесконечная работа и быстрый ритм жизни);
2. У фритеров есть мечта, которая несовместима с обычной японской карьерой;
3. Отсутствие альтернативы.

Отсутствие альтернативы тесно связано с проблемой трудоустройства. Те студенты, которые не нашли работу в компании сразу после выпуска пополняют ряды фритеров. Даже при желании перейти на нормальную постоянную работу в компанию, у фритеров возникают трудности, так как работодатель заинтересован в только что выпустившихся «чистых» специалистах, которых можно обучить на свой лад.

Отсутствие постоянной работы накладывает ограничения в социальном обеспечении фритеров. Они не могут получить медицинскую страховку, что делает затраты на медицинскую помощь обременительными. Отсутствие полноценной работы влияет и на будущую пенсию, так как для получения базовой пенсии необходим стаж работы минимум 25 лет.

Следующая категория парасайто-сингуру – хикикомори. Это наиболее тяжелая форма бегства от общества. Люди практически полностью отказываются от социальной жизни и проводят жизнь в изоляции. Основные занятия хикикомори: просмотр аниме, чтение манги, игра в ММОПГ и виртуальные чаты. Можно сказать, что хикикомори – это наиболее тяжелая форма вышеупомянутой проблемы эскапизма. Проблема достигла таких масштабов, что создаются специальные центры для помощи хикикомори [5]. 17 Апреля 2010 года, 30 летний Такаюки Ивасэ, хикикомори со стажем 14 лет напал на свою семью. Такаюки пристрастился к интернет-покупкам и аукционам, что привело к долгу в 3 миллиона йен. Отец разорвал контракт с интернет-провайдером, что разозлило Такаюки, и он напал на свою семью, убив отца и 1-летнюю девочку, ранив мать и других людей. В итоге он получил 30 лет тюремного заключения [6].

Развитие информационных технологий и столкновение культур в 21 веке побуждает общество к переменам, которые происходят далеко не безболезненно. Несоответствие привычного для многих японцев конформизма и всепроникающей идеей индивидуализма, рожденного западной культурой, порождает множество проблем, которые по мере взросления ребенка только накапливаются. Жертва издевательств в школе может впоследствии легко стать очередным хикикомори, а человек упустивший возможность найти работу в течение года после выпуска, становится фритером на долгое время.

Список использованных источников и литературы

1. Akiko Dogakinai. Ijime: A Social Illness of Japan – URL: <http://legacy.lclark.edu/~krauss/advwrf99/causeeffect/akikocause.html>
2. Hiroyuki Doi. Japan's online gaming addiction getting more serious – URL: <http://www.thejakartapost.com/news/2012/10/17/japans-online-gaming-addiction-getting-more-serious.html>
4. Blaine Harden. Once drawn to U.S. universities, more Japanese students staying home – URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/04/10/AR2010041002835.html>
5. Four Trends Among Japanese Youth – URL: <http://www.raymercer.net/japan/four-trends-among-japanese-youth/>
6. Four Trends Among Japanese Youth – URL: <http://www.raymercer.net/japan/four-trends-among-japanese-youth/>
7. One Hikikomori man stabbed his family and ... – URL: <http://nhjournal37.blogspot.ru/2012/01/one-hikikomori-man-stabbed-his-family.html>

ФЕНОМЕН «СЫНОВНЕЙ ПОЧТИТЕЛЬНОСТИ» В КОНТЕКСТЕ ТРАДИЦИОННОЙ КОРЕЙСКОЙ СЕМЬИ

Бочарникова М.В., студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

Семья в Корее всегда считалась высшей ценностью. Она была центром размышлений Конфуция. Конфуцианство стало государственной идеологией в Корее с приходом к власти династии Ли (1392-1910). Исторически оно старалось внушить людям идею долга, покорности и предопределённости места каждого человека в сложной иерархической структуре семьи и государства. Конфуцианство предписывало строго соблюдать ритуалы, связанные с культом предков, следовать их традициям и обычаям, именно оно во многом определяло действия человека в сфере общественных и семейных отношений. Неразрывна связь семьи и человеколюбия в суждениях Конфуция.

Ю-цзы сказал: «Мало людей, которые, будучи почтительными к родителям и уважительными к старшим братьям, любят выступать против вышестоящих. Совсем нет людей, которые не любят выступать против вышестоящих, но любят сеять смуту. Благородный муж стремится к основе. Когда он достигает основы, перед ним открывается правильный путь. Почтительность к родителям и уважительность к старшим братьям – это основа человеколюбия» [5.С.2].

Семье конфуцианская традиция придавала огромное значение, ставя ее на первое место в списке коллективов, к которым принадлежал каждый индивид. Роль семьи была даже больше, чем роль государства. Сыновняя почтительность была важнейшей добродетелью, ключевой для всей конфуцианской этики. Героизм и самоотверженность, проявленные в семейных отношениях, рассматривались государством как достойные награждения в такой же степени, как и выдающиеся поступки, совершенные при исполнении общественных обязанностей. В честь особо добродетельных сыновей или жен, проявивших в исключительных обстоятельствах преданность своим мужьям, возводились памятные стелы, их биографии изучались в школах [2].

«Учитель сказал: Если при жизни отца следовать его воле, а после его смерти следовать его поступкам и в течение трех лет не изменять порядков, заведенных отцом, то это можно назвать сыновней почтительностью» [5.С.5].

«Сыновняя почтительность» осуществлялась как в семье, так и в государстве. Всё начиналось со служения своим родителям, которое переходило в служение государю и завершалось установлением своего места в жизни. Проявлять сыновнюю почтительность – означало вести себя должным образом по отношению к родителям. Сыновний долг был наиболее важным элементом регулирования взаимоотношений в семье, основой любви.

После смерти родителей согласно традиции главной задачей «почтительного сына» было постоянное совершение ритуалов и жертвоприношений на могилах предков. Также человек соблюдал трехлетний траур, в течение которого он должен был носить простую одежду, избегать увеселений и жить поближе к родительской могиле. Чиновник или офицер в случае смерти отца или матери должен был на некоторое время уйти со службы и провести этот отпуск в родных местах.

Из трактата Конфуция: «Учитель сказал: Если в течение трех лет [после смерти отца] сын не изменяет порядков, заведенных им, это называется сыновней почтительностью» [5.С.54].

Если же этих ритуалов не совершать, души родителей и более далеких предков были бы обречены на голод и страдания в загробном мире. Но стоит заметить, жертвы на могиле мог приносить только прямой потомок по мужской линии. То есть, что если род вдруг прерывался, то души предков больше не получали необходимой «подпитки». Естественно, это считалось катастрофой, поэтому другой важнейшей обязанностью конфуцианца было продолжение рода, точнее – его прямой мужской линии

(дочерей не слишком любили, так как, выйдя замуж, они оказывались тем самым «отрезанным ломтем» и участвовать в обрядах в честь покойных предков также не могли) [1].

«Цзэн-цзы сказал: Если должным образом относиться к похоронам родителей и чтить память предков, то мораль в народе будет все более укрепляться. (Цзэн-цзы связывает вопрос об укреплении морали с культом предков, поскольку последний был одним из краеугольных камней конфуцианства)» [5.С.4].

Если сыновья почтительность в Южной Корее в те времена считалась основой любви, то взаимоотношения между мужчиной и женщиной были началом всех начал. Утверждалось, что муж и жена должны выполнять разные обязанности. При этом правильнее будет назвать эти отношения взаимодополняющими, нежели неравноправными. Муж должен относиться к жене как к хозяйке и создательнице гармонии в семье, хранительнице очага, в то время как жена должна относиться к мужу как к мужчине – главе, способному управлять и содержать свою семью. Должно быть взаимопонимание и уважение. Должна присутствовать любовь к детям. Любить детей означало учить их, развивать их ум с самого раннего возраста так, чтобы они выросли, зная доброту.

Что касается женщин, то они не имели никаких прав, и их роль заключалась в замужестве и производстве потомства. Согласно закону женщина после замужества должна жить в доме мужа, вдовам полагалось хранить верность клану своего умершего мужа до самой смерти, и если они решались вернуться в родительский дом или снова выйти замуж, то их детей оставляли в семье умершего мужа. В свою очередь мужчины стали обладателями всех имущественных прав и превосходства над женщинами. Привилегия развода принадлежала исключительно мужчине. Поводом к разводу служили бесплодие, чрезмерная ревность, нечестность, супружеская неверность, но чаще непочтительное отношение к родителям мужа.

В семье должна была царить любовь и гармония. Родители проявляли любовь к своим детям, а дети – к своим родителям. Так проявлялась уже знакомая нам сыновья почтительность. По словам Конфуция, нет более страшного преступления, чем непочтительность к родителям.

«Цзы-ю спросил о почтительности к родителям. Учитель ответил: Сегодня почтительностью к родителям называют их содержание. Но люди содержат также собак и лошадей. Если родителей не почитать, то чем будет отличаться отношение к ним от отношения к собакам и лошадям?» [5.С.9].

Поэтому основная обязанность женщины в браке заключалась в рождении детей, а именно сыновей, которые потом совершали бы жертвоприношения на могилах родителей, совершали бы ритуалы для душ предков и продолжали линию семейных традиций. Раньше в Корее существовало множество примет, следование которым должно было обеспечить рождение сына. До сих пор рождению дочерей предпочитают сыновей, и связано это с тем, что именно сын должен заботиться о престарелых родителях.

В отношениях с братьями нужно было также развивать в себе братскую любовь и уважение: «Только научившись уважать старшего брата, можно подготовиться служить людям своей страны». Не случайно в корейском, как и в языках других конфуцианских стран, нет слова просто «брат» или просто «сестра»: братья или сестры могут быть либо «старшими», либо «младшими». Почтение и уважение проявлялось даже здесь.

В заключение хотелось бы отметить, что и сегодня Конфуцианство выступает как хранитель ритуалов, традиционных форм жизни и рациональности. Оно культивирует в массовом сознании ценность образования и науки, необходимость сохранения и продолжения культурного наследия, воспитывает представление о значимости хорошего вкуса, здравого смысла, нравственности. Один из компонентов данной идеологии – морально-этическая доктрина – оказывает наибольшее влияние на образ мыслей и поведение граждан Кореи. «Сыновья почтительность» как одна их основополагающих идей данного мировоззрения, безусловно, сейчас претерпевает определённые изменения, адаптируясь под современное поколение молодых людей, но, тем не менее, несколько не умаляет своего значения, даже спустя несколько веков с момента её появления в корейском обществе [4].

Список использованных источников и литературы

1. Ланьков А.Н. Гендер по-корейский [Электронный ресурс] – URL:
2. <http://kore-saram.ru/Articles/ArticleInfo.aspx?Id=373ddefc-fe15-4087-bf5c-8f14c492ee90> (дата обращения 01.02.2013).
3. Ланьков А.Н. Корея: будни и праздники. Ч.2. [Электронный ресурс] – URL: http://world.lib.ru/k/kim_o_i/a4.shtml (дата обращения 01.02.2013).
4. Ланьков А.Н. (Хаотические) заметки корееведа [Электронный ресурс] – URL: <http://lib.guru.ua/EMIGRATION/LANKOV/korea.txt>, свободный (дата обращения 01.02.2013)
5. Ли Кван Сунн. Социально-философский анализ семьи (на примере корейской семьи) [Электронный ресурс] – URL: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/128790/> (дата обращения 01.02.2013).
6. Конфуций. Лунь юй. – М.: Восточная литература, 2001.

НИНДЗЯ: МИФ И РЕАЛЬНОСТЬ

Елкин М.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Японские ниндзя – принадлежность средневековой японской истории, мастера шпионажа и боевых искусств. Вряд ли какой-нибудь еще феномен традиционной японской культуры, включая самураев и гейш, оброс за время своего существования таким огромным количеством мифов и тайн, которые активно подпитываются современной поп-культурой.

Цель моего доклада – представить образ ниндзя «истинного» и «искаженного», а также указать на основные направления «мифологизации» этого образа.

Средневековые лазутчики и диверсанты страны Восходящего солнца, ниндзя и их таинственная специальность ниндзюцу далеко уступают по степени изученности носителям других традиционных боевых искусств Японии. На Западе о них стало известно относительно недавно: началось все с небольшой статьи в журнале «Newsweek» от 3 августа 1964 г. Её автор описывал волну «ниндзямании», нахлынувшей в страну Восходящего солнца, а также кратко описывал суть и методы ниндзюцу.

Статья вызвала неожиданную заинтересованность американских ученых и просто любопытствующих. Именно после этой заметки в Соединенных Штатах также начался так называемый бум ниндзя. Это явление быстро развивалось, благодаря киносюжетам о японских «невидимых солдатах», приключенческим романам и популярным дешевым книжкам и комиксам. Потребность в информации о ниндзя была огромной. И могучая американская рыночная индустрия с моментально отреагировала: магазины заполнили костюмы и снаряжение для ниндзя, прикладные наставления по «загадочной технике боя невидимок». Появились фанатские объединения, сотен тысяч поклонников ниндзя со всего мира – Будзинкан-додзё, Гэмбукан-додзё, Всемирная академия ниндзюцу Роберта Басси и другие, но по своей сути, они представляли собой коммерческие предприятия, ведущие торговлю «заморским чудом».

Для этого использовались наработанные способы привлечения масс. Больше загадочности и мистики, больше обещаний и заверений по типу «только наше искусство – самое правильное и действенное», больше необычных приемов, больше баек о сверхвозможностях. Все это нужно было «правильно» подать.

Ниндзя постепенно видоизменились в носителей некоего тайного знания, в участников «тайных организаций», озабоченных выполнением заоблачных религиозно-философских целей.

«Новая концепция рекламы» позволила достаточно быстро получить сотни тысяч последователей во всем мире.

Однако рост интереса к ниндзюцу совсем не способствовал активности научных исследований. Почти каждая изданная вне Японии книга об этом искусстве носит исключительно популяризаторский и рекламный оттенок и никак не является научной. Именно из-за этого мы не можем найти в них ни детального анализа истории ниндзюцу, ни ссылок на исторические источники, ни отрывков из «секретных» трактатов.

Из книги в книгу перебирается утверждение об отсутствии каких-либо источников по ниндзюцу, связанном со спецификой секретной деятельности ниндзя. Но так ли это?

Действительно, научной литературы о ниндзя немного. Наиболее известный исследователь этой проблемы в нашей стране – А.М. Горбылев, уже успешно зарекомендовавший себя как ведущий специалист в области боевых искусств Японии, автор книг «Когти Невидимок» и «Путь Невидимых», а также главного редактора журнала «Боевые искусства Японии. Додзё».

Кроме того до наших дней сохранилось более 50 наставлений по ниндзюцу, включая такие произведения, как десятитомная энциклопедия «Бансэнсюкай» и «Сёнин-ки», китайские трактаты, способствующие формированию теоретической базы ниндзюцу. До нас дошли также, и некоторые образцы снаряжения и вооружения и так называемые «шпионские усадьбы», где сейчас созданы музеи.

Таким образом, исторический феномен ниндзя может быть изучен достаточно предметно, чтобы отделить правду от вымысла.

По мнению историков, специфичное искусство ниндзюцу сформировалось не раньше конца 15 века. Что оно собой представляло во время своего расцвета, лучше всего показывает, знаменитая «энциклопедия» 17 в. по ниндзюцу «Бансэнсюкай». Её автор, руководитель организации разведки и шпионажа - дзёнин Фудзикабаши Ясутакэ разделяет искусство шпионажа на 2 раздела: Ёнин («Светлое ниндзюцу») и Иннин («Темное ниндзюцу»).

Ёнин – это уровень стратегии и тактики. Он содержит в себе методы организации шпионских сетей, анализа полученной информации, разработки стратегических планов учитывая разнообразные факторы - политические, экономические, военные, географические и т.д., плюс ко всему – прогнозирование ситуации.

Другой раздел, иннин, имеет дело, уже с конкретными действиями при добывании секретной информации. Он содержит в себе методы проникновения на территорию врага, использование легенды,

различные уловки для обмана внимательности стражи, приемы подслушивания, подсматривания и ухода от погони, а также многое другое [2.С.36].

Плюс ко всему, ниндзя тренировал и многочисленные вспомогательные навыки: хэн-со-дзюцу (методы переодевания), мономанэ-но дзюцу («искусство подражания» голосам и звукам), суйэй-дзюцу (плавание), хаягакэ-но дзюцу (скоростной марафонский бег) и т.д.

Для более эффективного выполнения задач ниндзя использовали разнообразные специальные инструменты (нинки, нингу): приспособления для подъема на стены, разнообразные средства для плавания, инструмент для взлома.

Несколько особняком стоит применение зажигательных смесей, взрывчатки и огнестрельного оружия – искусство ка-дзюцу, которому в «Бансэнсюкай» посвящен отдельный том.

Характерно, что «Бансэнсюкай» не описывает никаких особых приемов рукопашного боя – ни с оружием, ни без него. Дело в том, что ниндзюцу имеет совершенно особую сферу применения и особые методы. Это отдельная дисциплина, не включающая в себя приемы поединка. Но это еще совсем не означает, что ниндзя вообще не изучали так называемые «боевые искусства» – фехтование мечом, копьем, стрельбу из лука, борьбу без оружия. Просто этот процесс носил во всех школах, комплексный характер.

Таким образом, ниндзюцу предстает для нас целостной системой, включающей в себя стратегический шпионаж и войсковую разведку. Она сложилась в Японии примерно, в конце 15 - первой половине 17 вв., и располагает точно разработанной теорией, огромным арсеналом способов и методов и неповторимой методикой подготовки кадров.

Очевидно, что такая сложная система не родилась в одночасье. Для этого потребовались сотни лет, чтобы из несвязанных приемов шпионажа, разведки и диверсий развилась столь устойчивая и идеальная система, больше похожая на искусство.

Что касается истоков ниндзюцу, думаю, их нужно искать во временах доисторических, ведь многие разделы этой науки: следопытство, маскировка, методы выживания в условиях дикой природы – по своему происхождению связаны с охотой. Со временем эти уловки становились все более изощренными, а с началом вражды между объединениями первобытных людей дали начало военному искусству, в котором различные хитрости, заняли весьма почтенное место [3.С.34].

Однако люди охотились и воевали во всем мире, но именно в Японии искусство шпионажа и военной разведки в период средневековья достигло наивысшего развития. Чем это объяснить? Считается что, свою роль здесь сыграла целая совокупность разнообразных факторов: географических, исторических, психологических.

Говоря о географических факторах, нужно в первую очередь отметить близость цивилизации Китая. Почти каждый скачок в культурном развитии Японии был связан с усилением китайского влияния. Сказалось это влияние и в искусстве шпионажа. Правда, проявилось оно не столько в сфере конкретных приемов, сколько в области теории и психологии. Что касается конкретно физико-географических обстоятельств, то тут сложный горный рельеф и обилие речушек способствовали развитию методов малой войны – неожиданных нападений, засад, диверсий, предопределили исключительную важность личного мастерства воина, возникновение малочисленных, но чрезвычайно боеспособных отрядов, способных эффективно действовать в самых сложных условиях.

К историческим факторам следует отнести, конечно же, существование в Японии особого военного сословия – самураев и сильную раздробленность страны в период средневековья. Господство самурайского сословия способствовало росту престижа и значимости военного дела и стимулировало развитие военного искусства во всех его формах. Раздробленность вела к постоянным конфликтам, войнам, которые опять-таки подстегивали изучение военного дела. К тому же, начиная с первой половины XIII в., в Японии начала складываться особая социальная прослойка наемников, жившая за счет войны. Именно из нее со временем и выделились нинкэ – семьи, сделавшие своим бизнесом шпионаж.

Однако некоторые исследователи полагают, что без заимствований со стороны – Китая и Кореи – ниндзюцу вряд ли достигло бы своего, по тем временам поистине фантастического, уровня развития. Они указывают на другую замечательную черту психологии японского народа – способность к активному усвоению достижений других народов [2.С.47].

Действительно, вся японская история являет собой удачный пример того, насколько можно ускорить развитие национальной культуры, если без всяких предвзятостей, но с умом обратиться за опытом к соседям. Не для того, чтобы просто принести к себе в страну и пользоваться этим, а для того, чтобы увидеть их достижения, осмыслить их, переделать на свой лад и применить на родной земле.

Каково же происхождение и этимология термина «ниндзя»? Оно записывается двумя иероглифами: «нин» (в другом прочтении «синобу») – 1) выносить, терпеть, сносить; 2) скрываться, прятаться, делать что-либо тайком); и «ся» (в озвонченной форме «дзя»; в другом прочтении «моно») – «человек». Существительное «синоби», образованное от глагола «синобу» означает: 1) тайное проникновение; 2) соглядатай, лазутчик, шпион; 3) кража.

«Синоби» был далеко не единственный термин для обозначения представителей шпионской профессии. В источниках мы встречаем упоминания о кандзя («шпион», «человек, проникающий через

отверстие»), тэдзя («шпион»), камари («пригибающийся»), уками-бито («вызнающий, вынюхивающий человек»), суппа («волны на воде», «проникающие [куда-либо] волны»), сэппа (то же), раппа («мятежные волны»), топпа («бьющие волны»), монокики («слушающие»), тоомэ («далеко [видящие] глаза»), мицумоно («тройные люди», «растраивающиеся, трёхликие люди»), дацуко («похитители слов»), кёдан («[подслушивающие] болтовню за угощением»), яма-кугури («подлезающие под гору»), куса («трава») и т.д. [5.С.41]

В «Букэ мёмокусё» о синоби-но моно говорится: «Синоби-но моно выполняют различные шпионские задания. Служба их заключается в том, чтобы тайно проникнуть в чужие провинции и узнать положение дел во вражеском стане или по временам, смешавшись с противником, вызвать его слабые места. Проникнув во вражеский лагерь, они пускают огонь, и еще в качестве наемных убийц убивают людей. Называют их также «моно-кики» («подслушивающие»), «синоби-мэцукэ» («тайные агенты, цепляющие к глазам») и т.д. Все это одна сторона их службы. Служат в качестве синоби простолюдины, асигару (легко вооруженные воины низшего ранга), досин (стражники), раппа, сэппа и другие».

Еще один штрих к характеристике сущности синоби-но моно можно найти в историческом сочинении, середины XV века «Ноти кагами»: «Что касается синоби-но моно, говорят, что происходят они из провинций Ига и Кога и с легкостью тайно проникают во вражеские замки. Они соблюдают тайну и известны лишь под псевдонимами. Стратеги их зовут «кагимоно-хики» («вынюхивающие и подслушивающие»)» [7.С.84].

Анализ этих цитат показывает, что синоби-но моно могли происходить из любого социального слоя. Это могли быть самураи, порой даже из знатных родов, горные отшельники ямабуси, буддийские монахи-воины сохэй, разбойники «гор и полей», дзи-дзамураи, воры.

Но объединяли их два момента: во-первых, та специфическая функция, которую они выполняли в японском средневековом обществе – все они были тайными агентами, шпионами, разведчиками, а, во-вторых, владение необходимыми для выполнения этой функции навыками – методами шпионажа.

Какие же черты исторических ниндзя эксплуатируются в современной поп-культуре, и насколько они соответствуют действительности?

Во-первых, ниндзя обычно изображают в одежде мрачного черного цвета. На самом же деле, в качестве камуфляжа на задании ниндзя не отдавали приоритет черному цвету. Для ночных миссий больше подходили цвета других оттенков: красного, серого или синего, поскольку восприятие цвета в полутьме значительно снижено, а выглядеть черным пятном на серой стене ночью для ниндзя было равносильно добровольной капитуляции. В полной же темноте вообще нет разницы, какого цвета одежда надета, хоть черного хоть белого. На старинных же гравюрах, изображавших ниндзя, все синоби изображались именно в черных балахонах по одной простой причине: в представлении и традициях японцев человек в черной одежде прочно ассоциируется с невидимостью. Так, весь персонал, который передвигает декорации, в классических японских театрах носит черную одежду и по умолчанию считается невидимым. Именно эти люди, во время постановок выполняют убийства, исполненные ниндзя, который считается невидимым.

Во-вторых, боевое искусство ниндзя – ниндзюцу, считается самым сильным, граничащим с магией, чего на самом деле не наблюдалось, как и не было одного исключительного боевого стиля, сродни дзюдо или каратэ. На самом деле ниндзя лишь использовали самые действенные приемы и наработки, доставшиеся от предшественников и изученные самостоятельно, а главное – наиболее подходящие в данный момент времени. Так же и метательное оружие ниндзя, сюрикен, не обладает сверхъестественной поражающей способностью. Такой же степенью «достоверности» обладают мифы о том, что ниндзя умели лететь, ходили по воде и т.д.

В-третьих, практически во всех современных произведениях ниндзя представлены суровыми и мрачными. На самом деле, заблуждение это сформировано простой человеческой логикой. Ведь при выполнении задания ниндзя должен быть максимально сосредоточен на цели. Тут уж не до шуток. Но основатель Будзинкана Масааки Хацуми утверждает, что настоящий ниндзя – это тот, кто действительно умеет получать удовольствие от жизни – наслаждаться запахом цветов, видом пейзажей, от души смеяться [9.С.69].

Наиболее часто с эксплуатацией образа ниндзя мы сталкиваемся, что логично, в продуктах японского производства, самыми популярными из которых являются видеоигры и анимация. Чуть реже встречаются псевдоисторические, т.н. «костюмные» фильмы про ниндзя, любимые тинейджерами. Ну и апогеем, конечно, являются многочисленные книги (особенно художественная литература), учебники и «школы настоящего ниндзюцу». В любом случае в современной культуре ниндзя превратились в этаким фетиш, типа гейш и самураев, на сегодняшний день уже довольно заезженный, но раз за разом используемый деятелями масс-культуры для дальнейшей эксплуатации в целях получения прибыли в больших и малых количествах.

Список использованных источников и литературы

1. Горбылев А. Секрет невидимости // Япония: путь кисти и меча. – 2004. – №1. – С.42.
2. Горбылев А. Начальные хитрости ниндзюцу // Япония: Путь кисти и меча. – 2002. – №2 – С. 36
3. Гвоздев С. А., Кривоносов И.В. Ниндзя. Тайны демонов ночи. – Минск, 1997. – С.124

4. Горбылев А. Когти Невидимок (Серия «Боевые искусства»). – Минск, 2001 – С.97
5. Горбылев А. Путь Невидимых (Серия «Боевые искусства»). – Минск: Харвест, 2002. – С.102
6. Долин А.А., Попов Г.В. Кэмпо – традиция воинских искусств. – М.: Наука, 1991. – 429 с.
7. Adams Andrew. Ninja: The Invisible Assassins, Black Belt Communications, 1970 – С.153
8. Nihon Hakugaku Kurabu. Unsolved Mysteries of Japanese History, PHP Research Institute, 2006 – С.87
9. Turnbull Stephen. Ninja AD 1460-1650, Osprey Publishing, 2003 – С. 95
10. Crowley Terry. The enemy within: a history of espionage, Osprey Publishing, 2006 – С.187

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ ТЕХНОПОЛИСОВ В ЯПОНИИ

Исаева Н.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Технополисы в Японии являются одним из стратегически важных направлений развития экономики страны. Через них осуществляется большая доля товарооборота, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, также в технополисах занимаются развитием и разработкой наукоемких отраслей промышленности. Сегодня в Японии осуществляется проект технополисов третьего тысячелетия, где соединяют стратегию интеллектуализации всего японского хозяйства с учетом национального (исторического, этнического и культурного) разнообразия. Целью моего доклада является выявление особенностей становления, развития и функционирования технополисов в Японии.

Впервые понятие технополис появилось в 1980-х гг. в рамках проекта по экономическому развитию страны в стенах министерства внешней торговли и промышленности, суть заключалась в том, что была выдвинута идея создания одного-двух городов, где «под одной крышей» были бы собраны мощные научно-исследовательские центры и предприятия передовых, «чистых» отраслей промышленности. В основу программы японцы положили опыт американской «силиконовой долины» [3]. Идея технополисов вызвала большой ажиотаж среди префектур, из 47 японских префектур заявки на то, что именно на территории их префектуры должен быть возведен технополис, подали 38 префектур. Это создало ряд проблем, в виду чего в 1982 г. был объявлен список требований к территориям, на которых должны будут размещаться технополисы. Требования были таковыми – технополис должен включать в себя три обязательных компонента: Крупные предприятия 2-3 самых передовых отраслей промышленности; Нахождение на территории или близ частных либо государственных университетов, научно-исследовательских центров и институтов; Жилая зона с домами, культурной, спортивной и т.д. инфраструктурой. Это позволило сократить список соискателей, и работа началась в 19 префектурах [4].

Цели создания технополисов коренились в том, что ключевые отрасли промышленности (металлургия, тяжелое машиностроение и химическая промышленность), которые позволили Японии в 60-х гг. совершить экономический рывок переживали кризис и конкуренцию со стороны Южной Кореи, Тайваня, Сингапура, где рабочая сила была гораздо дешевле. Основными целями были: ускорение перестройки всей экономики страны – переориентир экономики с «трех китов» экономического «чуда» Японии на высокоприбыльные, наукоемкие, не загрязняющие среду обитания отрасли промышленности. Было выбрано 14 отраслей: производство авиационной и космической техники, оптических волокон, интегральных схем, промышленных роботов, медицинской электроники, компьютеров, информационных систем, «новой керамики», лекарств, новых металлов, программно-запоминающих устройств, а также биотехнология и точное машиностроение [1]; 2-я цель: развитие отсталых районов, большинство технополисов будет расположено на острове Кюсю, а также на побережье Внутреннего моря и Японского моря острова Хонсю вдали от Токио, Осаки или Нагой; Увеличение числа рабочих мест и повышение технологического уровня местной промышленности являлось третьей целью проекта.

Финансирование технополисов в основном ложилось на плечи государственного и местного бюджета с частичным привлечением иностранного капитала. Объявлялись льготы и преференции: покупка земли по сниженным ценам на территории технополисов; освобождение от местных налогов; предоставление кредитов и займов под низкий процент; возмещение местным властям потерянных средств, вследствие отмены части местных налогов.

Для выявления динамики функционирования, считаю целесообразным применить метод сравнения. Для этого в лице «оппонентов» в основном взяты американские технополисы, в частности «силиконовая долина», т.к. именно ее опыт лежит в основе проекта. Первым, что хотелось бы отметить, японские технополисы-комплексные, их отличает от подобных образований, как в США, так и в Европе, наличие на территории парков как производственной, научной сферы, так и жилой. Японский технополис являлся целенаправленной политикой, в то время как, например «силиконовая долина» США возникла спонтанно. Если первые американские технопарки не учитывали многие такие параметры, как размер предприятий, пути развития и их отраслевая направленность, то японские технополисы явились четко продуманной политикой. Японские технопарки становились при большой и активной поддержке со стороны государства, в то время как «силиконовая долина» была менее зависима от правительства, однако это сыграло положительную роль, что позволило японским паркам развиваться куда быстрее, чем это случилось в США. Новизна их состояла, прежде всего, в том, что в качестве главного рычага подъема

экономики периферийных районов были выбраны наиболее передовые, находящиеся в стадии освоения или расцвета отрасли и технологии, характеризующиеся наукоемкостью и высокой долей добавленной стоимости.

Однако здесь столкнулись с проблемой создания связи между академическими и промышленными образованиями, что можно увидеть на примере технополиса Цукуба, который остался исключительно ресурсом академических знаний по причине близости расположения к Токио, который более привлекателен для многих соискателей. Многие технополисы создавались не на «пустом месте», а в центрах с традиционными отраслями, что позволило не только реанимировать экономику этих районов, но и создать вокруг них высокотехнологичные, современные производства. На предприятиях в парках, таких как «Мацусита», используется труд людей с физическими недостатками, что позволяет не только экономить на заработной плате, но и также дает возможность реализовать себя людям с ограниченными возможностями. Японцы преимущественно развивают экологически чистое производство. Если посмотреть на технополис Кибэ в префектуре Окаяма, то можно увидеть, что парк находится в поросших соснами невысоких горах, где почти ничто не напоминает о центре технологий. Благодаря тому, что предприятия и научные центры передовых отраслей не требуют огромных территорий, японцы стараются сохранить земли без особого изменения окружающей среды. В рамках проекта решается проблема реорганизации системы образования – приближения его к потребностям современного наукоемкого сектора. Технополисы, имея связь с университетами и научными центрами, занимаются подготовкой квалифицированных специалистов для последующей их работы на своих предприятиях и фирмах, таким образом, технополисы предоставляют уникальный шанс готовить специалиста, который начиная с первых лет обучения оказывается приобщенным к развитию высокотехнологичного производства.

На новом этапе жизни технополисов на первый план выходит поддержка НИОКР, направленная на воспитание «творческих» людей и «творческих» отраслей промышленности, усиление сферы услуг производственного характера («мозги промышленности»), создание комфортной жизненной среды, возможностей для занятия спортом и другими видами активного отдыха. Предполагается усилить информационную связь между отдельными «техногородами» [2].

В связи с цунами 2011 года, японское правительство провело ряд мер по реформированию технополисов. Особые преимущества были предоставлены туристическим зонам, это финансовая поддержка со стороны правительства и налоговые льготы. Зоны были разделены на 2 типа: Международные стратегические зоны, из которых семь, направлены на развитие отраслей, которые имеют сильную международную конкурентоспособность; Местные Особые зоны- предназначены для расширения бизнеса жизнеспособности местных районов. Однако, зоны второго типа ориентированы не только на внутренний рынок, но и иностранные предприятия могут воспользоваться преимуществами различных льгот, такими как нормативная, налоговая и финансовая поддержка. В некоторых зонах есть возможность создание альянса западных компаний с японскими. Это может помочь иностранным компаниям открыть двери не только на рынки Японии, но и на создание центров для расширения экономического роста на всей азиатской части. Также было уделено внимание привлечению создания центров западных предприятий на территории Японии, в 2005 году таких центров было 3500, однако к настоящему моменту эта цифра уменьшилась до 3000, поэтому Asian Headquarters Zone занимается созданием благоприятных условий для иностранных компаний и их сотрудников – включая, необходимую инфраструктуру для обеспечения безопасности, что будет привлекать иностранные предприятия [5]. Цукуба планирует увеличить количество новых отраслей промышленности, таких как науки о жизни, робототехники и экологически чистых технологий. Первые проекты включают исследования рака, на основе водородной энергии биомассы, и нанотехнологии. Таким образом, эта политика предоставляет иностранным предприятиям возможность укрепить свои позиции на японских рынках, но и также она направлена на восстановление экономики Японии после цунами и землетрясения.

Из всего выше сказанного, можно сделать выводы, что технополисы имеют положительную динамику развития и занимают весомое место в развитие экономики страны, что позволяет Японии оставаться в числе лидирующих стран на данный промежуток времени. Япония является высококонкурентно-способным экспортером электроники, робототехники и т.д., что является сферой исследований технополисов. Они способствуют постоянному развитию национального потенциала и его эффективному применению. Однако японцам не удалось создать что-то кардинально новое, руководствуясь своим опытом перенятия западных технологий и усвоение их в рамках своих традиций, они скопировали «силиконовую долину» с учетом своих территориальных, экономических и культурных условий.

Список использованных источников и литературы

1. «Технополис» – японский «билет в XXI век»! – URL: http://www.magnit-tour.ru/load/dvukhehtzhnaja_japonija_ch_2/teknopolis_japonskij_bilet_v_xxi_vek_4/140-1-0-2724
2. Орда О.В. Технополисы как элемент инфраструктуры национальной инновационной системы // Экономический журнал, №1. – 2011. – URL: http://www.nisse.ru/business/article/article_1731.html?effort=7

3. Ярошенко С. Цифровой лик Японии 04.02. – URL: <http://www.comprice.ru/articles/detail.php?ID=41351>
4. Неборский Е.В. Технополис как форма развития инновационных исследований. // Гуманитарные научные исследования. – Январь, 2012 [Электронный ресурс] – URL: <http://human.snauka.ru/2012/01/565>
5. Japan's Special Economic Zones Offer Opportunity for Overseas Companies – URL: http://www.jetro.org/japans_special_economic_zones_offer_opportunity_for_overseas_companies

КАТЕГОРИИ РУДОПЕРЕВОЗЧИКОВ НА БАРНАУЛЬСКИЙ СЕРЕБРОПЛАВИЛЬНЫЙ ЗАВОД В НАЧАЛЕ 1780-Х ГГ.

Кароннов В.А., студент

Алтайская государственная педагогическая академия

Горно-заводской промысел будет успешно развиваться в случае грамотной организации бесперебойной доставки сырья, и прежде всего руды. Значимой эта проблема высветилась и для сереброплавильной отрасли хозяйства Алтая в XVIII в. где перевозка руд признавалась «как важнейшая из перевозок как по количеству перевозимого, так по денежным расходам и по последствиям» [1.С.84]. В данной работе мы рассмотрим социальный состав рудоперевозчиков, возивших сырье на Барнаульский сереброплавильный завод – крупнейшее предприятие Кольвано-Воскресенского горного ведомства [2.С.68] – в начале 1780-х гг.

Система горно-заводских отработок приписного крестьянства, сложившаяся на Алтае в первоначальный (т.е. «демидовский») период хозяйственного освоения рудных богатств Верхнего Приобья в XVIII в. [3.С. 30], предполагала наличие двух разновидностей обязательных работ для этой категории населения: пешие работы (рубка дров, строительство и ремонт мостов и др.) и конные работы (т.е. перевозка материалов, необходимых для непрерывного функционирования плавильных предприятий – руды, угля, флюсов и пр.) [4.С.72]. При этом конные работы, по свидетельству З.Г. Карпенко, занимали $\frac{3}{4}$ всего массива отработок [2.С.76]. Архивные источники свидетельствуют о том, что перевозка руд была самой дешевой из работ. На наш взгляд, это связано с тем, что доставка древесного угля из куреней до заводов требовала большей аккуратности [5.Л.65].

Рудоперевозки, будучи самой важной работой в комплексе обязательных работ, требовали для их осуществления большого количества рабочей силы. Горно-заводские власти, понимая эту необходимость, просили Кабинет Его Императорского Величества, в ведении которого находилось Кольвано-Воскресенское горное ведомство, приписывать крестьянские селения для выполнения отработок [6.С.12-13]. Так формировалась категория приписных крестьян, на плечи которых ложилась основная масса работ для нужд горного производства. Не обладая знаниями о процессе производства драгоценных металлов, они выполняли низкоквалифицированные работы, т.е. перевозку грузов, рубку дров, жжение и ломку угольных куч. За выполнение этих работ крестьяне получали определенную сумму, которая шла в зачет их отработок [6.С.35].

Также для перевозок руд с 1770-х гг. начинается использоваться труд жителей «горного города» Барнаула, каковым он стал в 1771 г. [7.С.82]. В исторической литературе их называют посадскими людьми [2.С.83], а в архивных документах нам встречается такой термин, как «мещане» [8.Л.2]. Также для перевозок руд были задействованы силы отставных мастеровых – квалифицированных рабочих, рекрутируемых из крестьянской среды [2.С.82-83] – которые работали по найму, а также отставных солдат, которых использовали по вольному набору.

Говоря о рудо-перевозках податного населения Алтая, отметим, что жители барнаульского посада были в большей степени обеспечены конной силой, чем жители деревень. Об этом писали и путешественники, проезжавшие по этой территории. Так, И. Фальк, совершивший поездку по России и проезжавший по сибирской территории в начале 1770-х гг., отмечал, жители Барнаула «живут от провоза руд, почему они и держат много, некоторые более ста лошадей» [9.С.512]. Однако эти сведения необходимо подкорректировать: в 1780 г. в росписи обязавшихся перевозить грузы мещанами из Барнаула на Змеиногорский рудник обозначено, что наибольшее количество лошадей – 18 – было у Ивана Мелчакова, а среднее количество коней у посадских людей было 8 голов [8.Л 2-2 об].

Заметим, что руды различаются по богатству содержания руды, которая измеряется в золотниках (1 золотник равен 4,2 г.). Максимальное содержание серебра в руде, зафиксированное нами в архивных документах, составляет 43 золотника (180,6 г. в 1 пуде). Столь богатую руду в 6 из 7 зафиксированных нами случаев перевозили жители Барнаула [2.Л.12 об.-13]. Также была выявлена следующая особенность: руды с небогатым содержанием серебра (от $\frac{1}{2}$ до $4\frac{3}{4}$ золотника в пуде) перевозили в значительно больших количествах за 1 доставку, чем богатое драгоценным металлом сырье. Во многом это можно объяснить тем, что бедных содержанием серебра руд добывалось больше и перевозились они чаще, нежели богатые.

Таблица 1. Среднее количество перевезенной руды за 1 доставку в 1782 г. (в пудах) (составлено по: 8. Л. 5- 59 об.)

Большое содержание серебра	250
Малое содержание	170

Наибольшее количество за один раз перевезенной руды показал Илья Кунгуров из деревни Урюпиной Красноярской волости – он перевез 975,1 пудов на 30 подводах с содержанием 2 ¼ золотника серебра в пуде сырья [8.Л.47].

Среди крестьян в основную роль при перевозках руд в 1782 г. были играли крестьяне близлежащей к Барнаульскому заводу волости – Белоярской, а также Красноярской, которая располагалась в непосредственной близости к Змеиногорскому руднику – главному источнику полиметаллических руд в верхнем Приобье. Также были возчики из Мальшевской, Убинской, Бийской слобод, ведомств Сосновского, Бердского острогов, Бобровской земской избы, а также вольные возчики из Барнаула (мещане, отставные солдаты, мастеровые, драгуны), Томска (среди них был даже один татарин), Тары и Тюмени.

Таблица 2. Социальный состав рудо-перевозчиков на Барнаульский завод в 1782 г. (в %) (составлено по: 8. Л. 5- 59 об.)

Крестьяне	77
Мещане	17
Отставные (солдаты, мастеровые, драгуны)	5
Другие (татары, ямщики)	1

Таким образом, срез данных по рудоперевозкам на Барнаульский завод за 1782 г. показывает, что основную долю в этом виде вспомогательных горнозаводских работ составляли приписные к заводам крестьяне, причем зачастую это были возчики из близлежащих либо к заводу, либо к рудникам волостей. Говоря о роли мещан, отметим, что, хотя численно они уступали во всем массиве рудоперевозок крестьянам, однако, имея большее количество лошадей, они могли перевозить за раз намного больше руды, чем приписные.

Список использованных источников и литературы

1. Гайдашова В.А., Жеравина А.Н., Никулин П.Ф., Толстов С.И., Усольцева О.В. Интеграция приписной деревни и горно-заводского производства на кабинетских землях в Сибири. – Томск, 2006. – 200 с.
2. Карпенко З. Г. Горная и металлургическая промышленность Западной Сибири в 1700–1860 годах. – Новосибирск, 1963. – 214 с.
3. Контев А.В. Первые приписные крестьяне на Алтае // III Научные чтения памяти Ю.С. Булыгина: Сборник научных трудов. – Барнаул, 2005. – С. 30-33.
4. Кароннов В.А. Законодательство отработок приписных Колывано-Воскресенского горного ведомства в XVIII в. // Актуальные проблемы исторических исследований: взгляд молодых ученых: Сборник материалов II Всероссийской молодежной научной конференции. – Новосибирск, 2012. – С. 71-77.
5. Государственный архив Алтайского края (ГААК). Ф. 163. Оп. 1. Д. 58.
6. Булыгин Ю.С. Приписная деревня Алтая в XVIII в. В 2-х ч. Ч.1. – Барнаул, 1997. – 144 с.
7. Барнаул // Энциклопедия Брокгауза и Эфрона. – Т. 3 – СПб, 1891. – С. 82.
8. ГААК. Ф. 169. Оп. 1. Д. 152.
9. Полное собрание ученых путешествий по России, издаваемое Императорскою Академиею Наук, по предложению ея Президента. Том шестой. Записки путешествия Академика Фалька. – СПб, 1824. – 546 с.

НЕКОТОРЫЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ

Киреева А.А., Басова А.С., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Республика Корея в настоящее время обладает достаточно высокими экономическими показателями, хотя во второй половине XX века экономическая ситуация в стране не предвещала ничего хорошего. Послевоенный период и период становления сопровождались политической нестабильностью, общественными беспорядками, в провинциях царил голод и нищета, болезни и безграмотность. Теперь же Южная Корея занимает 12-е место в мире по валовому внутреннему продукту и входит в группу стран, так называемых «Азиатских тигров».¹ Например, в начале 60-ых годов валовый национальный

¹ «Азиатские тигры» - неофициальное название экономик стран Азии, демонстрировавших очень высокие темпы экономического развития с начала 60-х. (Южная Корея, Сингапур, Тайвань и др.)

продукт на душу населения составлял 100 долларов США, а к 2011 году возрос до 31 000 доллара США [6.С.1]. Что же способствовало таким эффективным результатам?

Начальный этап становления Южной Кореи на новый путь развития связан с деятельностью третьего президента республики Пак Чон Хи. Период его правления характеризуется стабилизацией политической ситуации в стране и проведением эффективных экономических реформ, направленных на индустриализацию Южной Кореи. В рамках этих реформ выделялось три основных направления:

1. реализация пятилетних планов, нацеленных на строительство самодостаточной индустриальной инфраструктуры и на укрепление экспортноориентированной индустрии;
2. создание особых финансово-промышленных групп – чеболей²;
3. реализация новой инвестиционной политики через создание Свободных Экономических Зон.

Первые Экономические Зоны Южной Кореи были созданы в 1970 г. и 1974 г. в городах Масан и Иксан и получили название «Свободные Экспортные зоны».

На основании существовавших законов, они должны были способствовать развитию национальной и местной экономики и увеличению объемов выпуска экспортной продукции, за счет привлечения прямых иностранных инвестиций. В 1999 г. только в Свободной Экспортной зоне г. Масан, объем экспорта составил 4.53 млрд. долларов; в секторе электроники работало около 25 компаний, которыми было выпущено продукции на 4,28 млрд. долларов (95.1% всего объема Кореи) [2.С.20].

После того, как начало было положено, стали активно создаваться все новые и новые СЭЗ: в 2000 году в г. Кунсан был выделен район в 1,25 мл. кв. м. под строительство порта и развития Свободной Торговой Зоны; в ноябре 2002 года началось создание индустриального комплекса Дэбуль, расположенного в юго-западной части корейского полуострова, в городе Мокпо.

В настоящее же время на территории Южной Кореи функционируют около 40 территорий с особым режимом ведения экономической, производственной, научно-технической и хозяйственной деятельностью [3.С.132]. Основной целью создания СЭЗ в Республике Корея является обеспечение в стране благоприятного инвестиционного климата, что позволит увеличить приток иностранного капитала. Законодательством Республики Корея предусматривается пять различных видов территорий, в которых иностранным инвесторам, предоставляется преференциальный режим ведения экономической деятельности, а именно:

- Зона свободной торговли (Free Trade Zone);
- Свободная экономическая зона (Free Economic Zone);
- Зона иностранного инвестирования (Foreign Investment Zone);
- Зона беспошлинной торговли (Customs Free Zone);
- Индустриальный комплекс для иностранных инвесторов (Industrial Complex for foreign investors).

Деятельность Свободных Экономических Зон в Республике Корея регулируется общим законом «О стимулировании иностранных инвестиций» № 5559, вступившим в силу 16 сентября 1998 г. Также каждая зона имеет свое собственное законодательство, в котором регламентируется их деятельность и правила функционирования. Например, на территории Индустриальных Комплексов действует закон «О промышленном размещении и строительстве производственных объектов» №6842 от 30 декабря 2002г.

Корейские ученые разработали и выделили особые факторы создания свободных экономических зон в регионе:

1. географическое положение региона или города, развитие транспортной системы и инфраструктуры, доступность рынка;
2. порты, аэропорты и международная модель взаимосвязи транспортных возможностей;
3. квалификация и сила профсоюзов;
4. современное развитие логистики, обеспечивающей хороший сервис и низкие цены;
5. политическая стабильность в стране;
6. заинтересованность, как руководства страны, так и правительства, в развитии экономики государства через создание свободных экономических зон.

Высокая степень участия государства в процессе формирования и управления Свободными Экономическими Зонами является главной особенностью СЭЗ Республики Корея. Одна из базовых составляющих СЭЗ – это специальные инициативы правительства по привлечению иностранных инвестиций и их защищенности.

Главным фактором, вызывающим интерес иностранных компаний в инвестировании именно в СЭЗ Южной Кореи, является особый режим налогообложения. Например, для Зон Свободной Торговли характерны следующие льготы:

- освобождение от уплаты налогов на сырьё и на импортируемое оборудование;
- освобождение от подоходного и корпоративного налогов на срок семь лет, либо до получения первой прибыли;
- освобождение от налога на приобретение недвижимости и на регистрацию в течение первых пяти лет, а также предоставлении 50% скидки в последующие три года;

² Чеболь - конгломерат, представляющий собой группу формально самостоятельных фирм, находящихся в собственности определённых семей и под единым административным и финансовым контролем.

- освобождение на три года от уплаты НДС и акцизов, а также от уплаты таможенных пошлин на импортируемые товары;
 - освобождение от транспортных налогов.
 - В тоже время в Зонах Иностранного Инвестирования компании-резиденты обладают следующими преференциями:
 - освобождение на пять лет от уплаты корпоративного налога и налога на прибыль и применение к ним 50% ставки данных налогов в течение последующих двух лет;
 - освобождение от уплаты местных налогов (налога на приобретение, налога на собственность, совокупного земельного налога и налога на регистрацию) на срок 5 лет и применение к ним 50% ставки данных налогов в течение последующих двух лет;
 - освобождение от уплаты таможенных пошлин, акцизов, НДС в течение первых трёх лет после осуществления инвестирования;
 - освобождение от уплаты арендной платы в течении 50 лет и право продления аренды на последующие 50 лет на тех же условиях;
 - оказание поддержки для создания социальной инфраструктуры (медицинское обеспечение, жилье, образовательные объекты) [З.С.136].
- Основными инвесторами в ЗИИ являются: Япония, США, Сингапур, Италия и Германия, что демонстрирует таблица, приведенная ниже.

Таблица 1. «Сумма инвестиций в ЗИИ Республики Корея»

Местоположение	Наименование компании в ЗИИ	Наименование компании-инвестора	Сумма инвестиций (млн. долл. США)
1. Sacheon	Korea Taiyo Yuden Co., Ltd.	Taiyo Yuden – Japan	209
2. Cheonan	KOAAFilm	KOAAFilm – USA	46
3. Yangsan	JST	JST – Singapore	32
4. Wanju	Ulma-tech	Ulma-tech – Italy	45
5. Yecheon	BASF	BASF – Germany	206
6. Yeongi	Korea Auto Glass	Asahi Glass – Japan	70
7. Umseong	Toshiba	Toshiba – Japan	240

Более того, в СЭЗ Республики Кореи осуществляются программы по улучшению условий проживания на территории страны для иностранных специалистов: оздание интернациональных школ для обучения детей представителей иностранных компаний, строительство специальных медицинских учреждений, улучшение информации на дорогах, а также дублирование надписей на английском языке.

Несмотря на то, что создание СЭЗ в Южной Корее направлено на привлечение иностранных инвестиций, существуют некоторые ограничения для инвестирования. Участие иностранного капитала в местных организациях ограничено или запрещено, но только в том случае, если это угрожает национальной безопасности и общественному порядку, окружающей среде, противоречит корейским традициям, обычаям и нормам морали.

Таким образом, Республика Корея является отличным примером успешного преодоления экономического отставания. Экспортноориентированная экономика и ориентация на привлечение иностранных инвесторов оправдала себя. В настоящее время по экспорту отдельных видов товаров южнокорейские компании занимают прочные позиции на мировом рынке, например: по экспорту высокотехнологичного оборудования.

Создание различных зон с особым режимом ведения экономической, производственной, научно-технической и хозяйственной деятельностью способствовало привлечению иностранного капитала в экономику Республики Корея, а также ее интеграции в мировую экономику. В настоящее время функционирование таких зон является достаточно эффективным, а поступающие инвестиции способствуют дальнейшему экономическому развитию страны.

Список использованных источников и литературы

1. Ломакин В.К. Мировая экономика. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 671 с.
2. Мореходов М.А. Южная Корея: Секреты успеха. 50 лет реформ, которые преобразили страну // Азия и Африка сегодня, 2012. – №1. – С.18-23
3. Савкович Е.В. Экономика Республики Корея: учебное пособие. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 155 с.
4. <http://www.bibliotekar.ru/istoriya/249.htm>
5. http://www.ved.gov.ru/exportcountries/kr/about_kr/laws_ved_kr/invest_law_kr/
6. <http://hvylyya.org/analytics/economics/juzhnaja-koreja-rol-sez-v-ekonomicheskom-razvitii-strany.html>

ЭРОЗИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В КИТАЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПОЛИТИКИ ОГРАНИЧЕНИЯ РОЖДАЕМОСТИ

Ковалёва К.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

С древнейших времен семья являлась самым главным институтом в китайском обществе. Главное отличие китайской семьи – почитание, поклонение предкам, следование древним традициям, существующим тысячи лет. Глава семьи – мужчина, он должен воспитать сыновей, увидеть, как они создают свои семьи, растят детей и даже внуков, многодетная семья – это большое благо. Из поколения в поколение китайцы передают накопленные знания по мужской линии. Следовательно, родить сына было гораздо важнее, нежели дочку, так как он отвечал за продолжение рода. К женщине относились с уважением, только если она могла подарить мужу сына. Несмотря на влияние современного мира, китайцы продолжают бережно хранить свои традиции.

На первый взгляд, это выглядит довольно благородно, но, тем не менее, существуют и некоторые нюансы, связанные с настоящей политикой Китая. Количество мужчин превышает количество женщин, потому что рождение мальчика вызывало радость и счастье, а рождение девочки приводило всю семью в отчаяние. Рано или поздно дочь вырастет, выйдет замуж и не останется человека, которому можно будет передать семейные обычаи, некому будет чтить память предков, так как девушка должна заботиться о семье мужа, о его родственниках. Но следовать данным традициям в современном китайском обществе стало крайне сложно. С 1970-х годов правительство Китая начало проводить политику ограничения рождаемости, вследствие чего возник целый ряд серьезных проблем, например, дисбаланс полов, также увеличилось число аборт и т.д.

Поскольку семье разрешено иметь только одного ребенка, случаев отказа от детей (девочек) стало гораздо больше. Новорожденных сдают в детские дома, а иногда просто выбрасывают на улицу. Самый страшный момент в жизни женщины – это время, когда уже можно определить пол ребенка. Ради сохранения семейных традиций женщина должна родить мальчика, но в соответствии с «политикой одного ребенка» у нее есть лишь одна возможность. Участились случаи искусственного прерывания беременности. На китайских сайтах распространяется информация, что врачи под давлением властей вынуждены убивать только что рожденных детей, после чего они выбрасывают их на свалки и в мусорные баки.

Давно обсуждается и такое следствие политики ограничения, как гипертрофированное внимание родителей к одному ребенку, в результате он растет крайне избалованным. Недаром даже появился специальный термин для обозначения таких детей – «маленькие императоры». Эти дети не вполне владеют социальными навыками, эгоцентричны, менее контактны, они не привыкли чем-либо делиться, жертвовать, а родители возлагают на них слишком большие надежды. Поскольку китайцы очень любят детей, они не перестают баловать своего малыша, тем более единственного. Родители, бабушки, дедушки, все стремятся сделать так, чтобы ребенок ни в чем не нуждался, тратят на него огромные деньги, выполняют все прихоти. Такое поведение привело к большому количеству детей, страдающих ожирением, потому что «маленькие императоры» предпочитают фастфуд обычной домашней еде. Но самое важное это то, что у детей пропадает всяческое уважение к старшим, главная китайская традиция почитания старших перерастает в традицию почитания младших (в основном так происходит в городских семьях).

В связи с жестокой конкуренцией, китайцы должны прилагать огромные усилия для того, чтобы получить хорошее образование, найти достойную работу, встать на ноги. Соответственно о детях они задумываются уже в более позднем возрасте, а это оборачивается проблемой для женщины. Ведь если жена не может родить ребенка, то согласно древним обычаям, она теряет уважение не только мужа, но и всего общества. С другой стороны, в связи с дефицитом девушек, стал меняться и их характер. Теперь не парень выбирает девушку, а наоборот. Она может капризничать, морочить ему голову, а потом попросту уйти к другому, в итоге – девушки все равно добиваются своего. Следовательно, в прошлое ушла и традиция неуважения и унижения женщин.

Еще одна немаловажная проблема – это старение населения в Китае. В настоящее время там проживают 13,26 % людей в возрасте более 60 лет и 8,87 % людей старше 65 лет (всемирно признанный порог равен 7 %). Данные показатели свидетельствуют о том, что может нарушиться еще одна семейная традиция, которая предполагает, что дети должны содержать своих родителей, когда вторые состарятся. Опекать над родителями, бабушками и дедушками ложится на плечи всего одного ребенка. Но что же делать, если сам ребенок не достаточно обеспеченный, или просто бедный? Тогда следовать обозначенной выше традиции просто невозможно.

Таким образом, можно сделать вывод, что на современной стадии Китай испытывает серьезные демографические проблемы. По неопределенным причинам, властями не были учтены особенности китайской семьи. Древнейшие традиции и обычаи, которым следуют китайцы на протяжении многих веков до сих пор остаются в сознании людей, и их не так просто забыть. Они являются основой построения семьи, семейных взаимоотношений, китайцам сложно представить другой образ жизни, особенно западноевропейский. Политика планирования рождаемости привела к изменению семейной

морали, нуклеаризации семьи, хотя демократические ценности европейской семьи совершенно не соответствуют духу традиционной китайской семьи.

Список использованных источников и литературы

1. Китайская женщина: сейчас и в прошлом – URL: <http://cn-ua.com/news/29/>
2. Китай: женщина и общество – URL: http://chelt.ru/2001/9/china_9.html
3. Семьи Китая – URL: http://www.molomo.ru/inquiry/family_china.html
4. Проблемы семьи в Китае – URL: http://www.semya-rastet.ru/razd/problemy_semi_v_kitae/
5. Новая модель китайской семьи – URL: <http://old.kitairu.info/rus/articles/ok/275/>

КУЛЬТОВАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПРАКТИКА ТРАДИЦИОННЫХ РЕЛИГИЙ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ

Кругликова М.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Япония наших дней – яркий пример страны постиндустриального этапа развития, в которой научно-технический прогресс и высокий уровень экономики сочетаются с особенностями уникального культурного быта народа. В нем нашли отражение традиционные синтоистские и буддистские традиции и верования. С древних времен и по сей день это влияние в различных формах проявляется в повседневном быту японцев.

Существует, однако, мнение, что японцы – нерелигиозный народ. Об этом, якобы, свидетельствуют официальные опросы и социологические исследования, проводимые в Японии научными организациями [6.С.59]. Однако чаще японцев относят к «религиозно индифферентным» [4.С.13], [6.С.59]. В качестве характерного примера можно сослаться на популярную книгу, написанную японскими авторами, направленную на лучшее понимание Японии иностранными студентами и молодыми японцами: «Япония. Как ее понять» [1]. Написанная специалистами университета Эхиме, она нацелена на то, чтобы «объяснить сложные аспекты японской культуры по возможности проще и яснее» [1.С.8]. Данное издание рассматривает самые различные аспекты современной японской культуры, но о религии в ней упомянуто очень кратко, потому складывается впечатление, что, по мнению данных авторов, религиозный фактор в жизни современной Японии существенной роли не играет. Однако такой взгляд на эту сторону общественного сознания японцев, видимо, не совсем точен. Поэтому цель данной работы – выяснить, каковы же особенности религиозности японцев в настоящее время и в какой форме религия проявляется в повседневной жизни?

Прежде всего, следует уточнить, что религия в обществе выполняет самые различные функции – мировоззренческую, коммуникативную, легитимизирующую, культуртрегерскую, компенсаторную и т.д. Таким образом, она охватывает все сферы человеческого существования. Следует также отметить концепцию «трех форм бытия религии» А.С.Агаджаняна. Ученый рассматривает религию как динамический развивающийся процесс, состоящий из трех форм бытия религии. Первичной формой признается доктрина, вторичной – культовый корпус и, наконец, третичной формой становится религиозная социальная программа [2]. В Японии религиозная доктрина ни в буддизме, ни в синтоизме не носит характера непререкаемой догмы, поэтому, наряду с традиционными религиями, здесь существует множество новых религиозных объединений. Потому данная форма не является определяющей. Что касается культовой практики и социальной программы, то и здесь есть свои особенности. Прежде всего, следует отметить несомненную связь культовой практики с национальными традициями.

Несмотря на то, что в эпоху Мэйдзи многие традиции, восходящие к глубокой древности, были переосмыслены, уважение к традициям само по себе сохраняется и передается из поколения в поколение.

Вообще традиции, точнее, традиционализм, глубоко проникнув в сознание японской нации, стал важнейшей чертой ее характера. Японцы усиленно стремятся сохранить неизменными унаследованные от предыдущих поколений нормы поведения, культуру и ее формы. Как в никакой другой стране в современной Японии характерно бережное и почтенное отношение к памятникам старины, сложившемуся укладу жизни. У современного японца это проявляется в общепринятых способах поведения, в различных видах его деятельности. Поэтому на протяжении веков древние ритуалы являются неотъемлемой частью быта японцев, настолько прочно они вошли в их жизнь.

Это в полной мере относится и к традиционной религиозной обрядности. Во многом она воспринимается как составная часть национальных обычаев, отражающих уклад жизни, характерный для всей нации. Для японского народа это, таким образом, является необходимым проявлением уважения к культуре своей страны в целом [6.С.34], [7.С.9-10].

Различные функции религии проявляются через традиции народа – например, они выполняют регулятивные функции в жизни общества, т.е. стабилизируют утвердившиеся отношения, воспроизводят их в жизни нового поколения, служат нормой поведения людей. Поэтому традиции оказывают большое влияние на и политическое мышление, и на социальное поведение японцев. Существующие в Японии

религиозные объединения, как традиционные, так и новые, носят ярко выраженный социальный характер, и в этом отношении они буквально наполняют повседневную жизнь японцев. Религия в Японии сегодня – это сотни культурно-просветительских, спортивных и благотворительных учреждений, распространенная практика использования религиозных организаций различными политическими силами (например, партия Комэйто связана с самой мощной религиозной организацией – Сока гаккай) [4.С.10], [6.С.70-71].

Различные праздники и фестивали выполняют коммуникативную функцию – каждый раз на них собирается огромное количество народа, включая иностранцев, интересующихся японской культурой, что предполагает общение людей, налаживание межличностных связей, возникновение взаимопонимания между ними и др.

Традиционные красочные праздники мацури, или фестивали, являются неотъемлемой частью повседневной жизни японцев. Это местные торжественные события, они не являются общенациональными праздниками. В разное время и в разных местах ежегодно отмечается несколько десятков тысяч таких праздников. Проводятся они на разных жизненных этапах, в честь смены времен года или какой-либо памятной даты. Первоначально мацури был связан с синтоистским культом, более широкое применение он приобретает по мере взаимопроникновения синтоизма и буддизма, затем вовсе его стали употреблять по отношению ко всякого рода праздникам, не только религиозным [3.С.47], [6.С.64].

Для «приема» божества в храме наводится порядок, а место, где будет находиться само божество, огораживается священной веревкой – симэнава. На алтаре или на священном месте в храме ставят ритуальную пищу и раскладывают другие подношения. У входа в дом или учреждение (как, например, во время новогоднего праздника) ставят ветви сосны и бамбука или же ярко украшают улицы (как в праздник Танабата). Обязательная часть таких традиционных праздников – театрализованные представления, музыка, танцы, соревнования, карнавалы, шествия. Участники празднеств обычно одеты в специальные одежды. Часто частью такого костюма являются разноцветные маски, в огромном количестве продающиеся там же на фестивале (маска тэнгу, отафуку, цура и др.). Японцы обычно имеют несколько таких масок, они несут для хозяина свой особый сокровенный смысл. Они используются для подчеркивания каких-либо черт характера человека, проявления чувств и эмоций, которые японец старается скрыть в обычной жизни, так как публичное выражение эмоций для них недопустимо.

Синтоистские торжества посвящены большей частью проявлениям земной жизни – начало сева, труд, зачатие ребенка, рождение, детство и юность. Например, появление новорожденного сопровождается определенными церемониями и обрядами: в первые дни приходят родственники с поздравлениями и подарками, родители ребенка при этом, в соответствии с традицией, готовят рис с красной фасолью или же рисовые лепешки, а затем ребенка несут в синтоистский храм [6.С.100], [7.С.5].

Различные ритуалы синтоистских храмов служат услаждению какого-либо божества. Церемонии просты и требуют от японцев лишь приношений и простейших ритуальных действий [6.С.64]. Может быть, именно в этом заключается причина закрепления принципов синто в сознании японцев. Ритуалы необходимы, чтобы желание или просьба были услышаны богами. Для многих синтоистских святилищ важным источником дохода служит продажа особых амулетов – о-мамори и деревянные таблички эма, на которых посетители святилищ пишут обращения к богам. Так японец просит у них излечить его от болезней, об успехе в каком-либо деле, например, в предпринимательстве, о гармонии супружеских отношений, защите от бед. Есть святилища, посещение которых помогает удачно жениться или выйти замуж, обрести долголетие, успешно сдать экзамены, способствует продвижению по карьере, обеспечивает благополучные роды и пр. Например, в дни, предшествующие экзаменам, можно часто наблюдать стены многих святилищ, увешанные подобными табличками. Таким образом, выполнение религиозных ритуалов свидетельствует о значимости компенсаторной функции религии.

Также и в синтоистских святилищах, и в буддийских храмах можно приобрести о-микудзи – отпечатанные на бумажных полосках предсказания судьбы. С помощью них японец может узнать о том, что ожидает его в ближайшем будущем, об удачных и критических для своих начинаний днях [4.С.19-20], [7.С.6,8].

Проводимые обряды иногда еще имеют некоторую связь с храмовым ритуалом, но по существу уже не являются религиозными. Наиболее важный из таких обрядов – свадьба. Свадьбы при храмах – широко распространенное явление, так как позволяет провести свадьбу в торжественной обстановке при небольшом количестве затрат на нее. Во многих храмах специально строят павильоны для свадеб, это также является одним из основных источников доходов храма [3.С.50-51], [7.С.5].

Связь религии с повседневной жизнью отражается в отношении японцев к собственному телу, в гигиенических привычках. Известно, что в синтоизме, вместо бинарной оппозиции праведности и греховности, существуют оппозиция чистоты как предельно благого состояния, и загрязненности. При этом чистота понимается как в переносном смысле, так и в прямом – как физическая чистота. Человек, тем или иным способом подвергшийся загрязнению, не имел права общаться с другими людьми, и тем более с божеством, поэтому очищение – неотъемлемая часть любого синтоистского ритуала. В повседневной жизни это выражается и в наличии в японском доме прихожей «гэнкан», где принято

оставлять уличную обувь и одежду, и в разнообразии обуви, используемой в быту (для улицы, для дома, даже для туалета – своя пара обуви), и в особенной любви японцев к бане, горячим источникам и фуру.

Подношение божествам пищи является неотъемлемой частью каждой церемонии или праздника. В народных обрядах повсеместно представлен рис. Он, например, является основным подношением душам усопших. Одним из главных божеств, которому поклонялся простой народ, всегда было божество рисового поля. Не забывают японцы и о том, что именно из риса изготавливается их любимый алкогольный напиток сакэ. Он тоже входит в число обязательных приношений божествам; синтоистские храмы в древности были основными производителями этого напитка. До сих пор в синтоистских храмах обязательно присутствуют горки бочонков, в которых хранится самое лучшее и чистое сакэ [5.С.51-52].

Но если заботу о живущих берут на себя божества синто, то мир усопших находится в ведении будд [4.С.21]. В Японии существуют два вида захоронения – погребение в земле и обычай сжигать трупы, который появился в Японии вместе с буддизмом в начале VIII в., но не вытеснил старого синтоистского обычая. Перед кремацией, пока родственники возжигают благовонные травы, жрецы читают над покойником «очистительные» молитвы и заклинания. После этого родственники забирают пепел и хоронят его в особой урне. По истечении определенного срока (от семи недель до года) на могиле ставят памятник с надписью или изображением Будды. Кладбища обычно располагаются в тени деревьев на холмах или горных склонах. В городах на кладбищах под могильным обелиском находится специальный каменный ящик, в котором по мере смерти родственников данной семьи помещаются урны с их прахом [3.С.50].

Помимо ритуалов, с пришествием буддизма в Японии появляются и новые праздники. Например, в середине июля проводится Бон – День предков. Считается, что в это время предки посещают дома, в которых раньше жили. Для них зажигаются специальные приветственные костры мукаэ-би, которые в конце праздника сменяются прощальными кострами окури-би (иногда их зажигают в лампах и спускают по воде). В честь покойных предков в буддийских храмах проводится церемония Урабон. В эти дни люди по всей Японии в национальных костюмах танцуют особый танец Одори и посещают могилы предков [6.С.127-128].

Концепции дзэн-буддизма (одно из направлений буддизма) нашли свое отражение в распространенных японских боевых искусствах (кендо, айкидо, карате, др.), а также в эстетике искусств, благодаря чему в японском языке имеются такие эстетические понятия как ханами (любование цветами), цукими (любование луной) и юкими (любование снегом), выражающие существенную часть повседневной бытия японцев. Традиция поклонения прекрасному сказывается на всей их жизни, проявляется в чувствах, словах и поступках, передается от поколения к поколению [6.С.33],[6.С.174-175]. Этот принцип, войдя в повседневный быт, проявился, например, в таком культурном явлении, как «токонома», в котором через икебану, картины и свитки выражался эстетический вкус владельца дома, ведь дом – продолжение внутреннего мира человека, который, в свою очередь, является вмещителем вселенской гармонии. Также мы видим дзэн в искусстве оформления цветов и в искусстве чайной церемонии.

Сближение и синтез двух религий путем их взаимного дополнения также в некоторой степени сказались на привычных традициях. Например, с этим, очевидно, связана традиция устанавливать дома алтари – буддийский (буцудан, символизирующий память об усопших) и синтоистский (камидана, олицетворяющий благодарность божествам). Перед камиданой домашние каждое утро совершают ритуал почитания, хлопая в ладоши и низко кланяясь. Вечером перед ним зажигаются свечи. На буцудане устанавливают модели монументов с именами умерших. В виде приношений там помещают цветы, ветки сикими, чай, рис и др. Считается, что благополучие семьи зависит от того, насколько преданно каждое поколение выполняет ритуал благопочитания предков, так как предки для японца являются неотъемлемой частью настоящего [6.С.91-92].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что религиозные обряды и ритуалы, как синтоистские, так и буддийские, являются неотъемлемой частью повседневной жизни японцев, а различные формы религиозной культовой и социальной практики выполняют важнейшие общественно-значимые функции. Но в большинстве своем они воспринимаются в обществе как неотъемлемый элемент национальных обычаев, традиций, культуры, принадлежность определенного сложившегося за многие годы жизненного уклада. При этом собственно религиозное содержание традиции оказывается размытым – люди часто не помнят, какое символическое наполнение имеет тот или иной обычай или обряд, каков его изначальный смысл. Следовательно, религии оказываются ближе к людям, сливаясь с их повседневной жизнью, но при этом отчасти теряют ценностно-смысловые аспекты, что и составляет их главное содержание.

Список использованных источников и литературы

1. Япония. Как ее понять. Очерки современной японской культуры / под ред. Р. Дж. Дэвис, О. Икэно. – М.: АСТ: Астрель, 2008. – 317с.
2. Барнетт М. Буддизм в современной Японии // Speaking In Tongues – URL: <http://spintongues.vladivostok.com>
3. Арутюнов С.А. Современный быт японцев. – М.: Наука, 1968. – 232 с.

4. Игнатович А.Н., Светлов Г.Е. Лотос и политика: необуддийские движения в общественной жизни в Японии. – М.: Мысль, 1989. – 301 с.
5. Мещеряков А.Н. Книга японских обыкновений. – М.: Наталис, 1999. – 399 с.
6. Пронников В.А., Ладанов И.Д. Японцы (этнопсихологические очерки). – М.: Наука, 1983. – 272 с.
7. Светлов Г.Е. Путь богов (синто в истории Японии). – М.: Мысль, 1985. – 240 с.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВСЕКИТАЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЖЕНЩИН ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ

Кузнецова А.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

До Синхайской революции 1911г. китайские женщины и подумать не могли о гендерном равенстве и гражданских правах. В первой половине XXв. Чан Кайши попытался улучшить положение женщин (появилось право на наследование, на самостоятельный выбор супруга и т.д.) однако, в целом, взгляды на положение женщины остались традиционными.

Китайские коммунисты активно пропагандировали равенство полов и считали угнетение женщин феодальным пережитком. Коммунистическая борьба в Китае всегда была тесно связана с женским движением. Установление гендерного равенства было и остается важным моментом политики партии. Согласно современному официальному курсу, китайские женщины являются важной силой в строительстве социализма с китайской спецификой [3].

Согласно Конституции КНР, женщины и мужчины имеют равные политические, экономические, социальные и семейные права. Китай признает на своей территории действие основных международных пактов и деклараций о защите женских прав (Конвенции о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин 1980г., Пекинской декларации и Платформы действий IV Всемирной конференции по положению женщин 1995г. и т.п.) [2.С.649].

В современном Китае уже сформировалась целостная юридическая система гарантий женских прав. Эта система включает более 10 основных законодательных актов, 40 государственных административных законоположений и более 80 законов и правил местного значения [2.С.661].

Главной женской организацией Китая всегда была Всекитайская федерация женщин, созданная в марте 1949 г. Прежнее её название – «Всекитайская демократическая федерация женщин». Организация занимается всем спектром актуальных женских и детских проблем от защиты прав женщин и детей и разработки социальных программ до сотрудничества с международными организациями по вопросам гендерной политики, имеет возможность влиять на решения партии.

ВКФЖ проявила законодотворческую инициативу в борьбе с торговлей женщинами и детьми, проблемой, которая является настоящим бичом Китая. Именно по инициативе ВКФЖ в 1991г. Правительство издало постановление «О строгом наказании преступников, занимающимся похищением женщин и детей с целью бизнеса» и постановление «О строгом запрете проституции», после серии суровых наказаний преступников, осужденных по этой статье, количество преступлений такого рода стало постепенно снижаться [2.С.657].

Под давлением ВКФЖ в 2001г. китайские законодатели внесли поправки в закон «О браке 1980г». В новой редакции предусмотрена компенсация для женщины, расторгнувшей брак по причине неверности супруга, а также предполагается уголовное наказание за акты физического и сексуального насилия в семье [1.С.655]. Так как женщины чаще мужчин оказываются на низкооплачиваемых должностях или попадают под сокращение, Всекитайская федерация женщин предложила ВСНП, чтобы работа по дому и семейные обязанности включались в трудовой стаж [2.С.658].

Всекитайская федерация женщин обладает обширной сетью международных связей, она установила отношения и осуществляется деятельность по обмену опытом почти с 700 женскими и детскими организациями из 164 стран [9].

ВФЖ не только принимает активное участие, но часто бывает и в числе организаторов международных форумов и конференций по гендерным вопросам и проблемам детства.

В 2010г. Китай подписал Пекинскую декларацию сотрудничества Юг-Юг по правам ребенка в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Китайская делегация в числе остальных признала, что, несмотря на развитие и успехи, достигнутые в последние годы, огромное число детей в Азиатско-Тихоокеанском регионе все еще не имеет доступа к качественному образованию и здравоохранению. Страны также признали необходимость решения проблем голода, недоедания, материнской и неонатальной смертности, защиты детей, социального неравенства. Страны АТР подтвердили, что права ребенка являются основополагающими во всех культурах и обществах, и что защита, уважение прав ребенка имеют жизненно важное значение для экономического роста и развития стран региона. Государства пришли к соглашению, что системный подход к решению проблемы детского бесправия должен быть основан на законах и политике, направленных на защиту детей от потенциального вреда, а также запрещения всех форм насилия в отношении детей. Именно это должно составить основу национальной системы защиты прав ребенка в АТР [12].

В ноябре 2011 г. Всекитайская Федерация Женщин была организатором трехдневного «Международного форума по проблемам женщин и устойчивого развития» (The International Forum on Women and Sustainable Development). В форуме приняли участие почти 300 делегатов от 45 стран Азии, Африки, Европы, Америки и Австралии: государственные чиновники, супруги первых лиц государств, министры, сотрудники ООН, представители Гонконга и Макао, активистки женских организаций, лидеры государств и неправительственных организаций, ученые и бизнесмены. На Форуме была представлена платформа для сотрудничества участников из разных стран и регионов по проблемам достижения устойчивого развития с гендерной точки зрения. Было решено использовать опыт китайских женщин в реализации программы устойчивого развития и достижения гендерного равенства. Заключение и постановления форума были представлены Конференции ООН по устойчивому развитию в Бразилии (2012г.) [11].

Сотрудничество в рамках АТЭС является одним из приоритетных для КНР. Представительницы Всекитайской Федерации Женщин с 2002г. принимают непосредственное участие в форумах АТЭС по проблемам женщин. Последний форум состоялся в июне 2012г. в Санкт-Петербурге [14]. Тематика данного форума: «Женщины и инновационный экономический рост. Китайскую делегацию возглавляла заместитель директора Национального Рабочего Комитета по делам детей и женщин Государственного совета КНР и вице-президент ВКФЖ Сун Сиуен, в своей речи она подчеркнула необходимость участия женщин в инновационном развитии экономики [6]. Участники петербургского форума представили свои индивидуальные планы, основанные на четырех приоритетных направлениях, определенных в 2011г. в Сан-Франциско (доступ к капиталу, доступ к рынку, приобретение возможностей и навыков, женское лидерство) [13].

Всекитайская Федерация Женщин также имеет тесные контакты в рамках структуры АСЕАН+3. В 2004 г. При АСЕАН была создана «Комиссия по поощрению защите прав женщин и детей». Комиссией были предприняты усилия по обеспечению гендерного равенства в регионе и борьбы с насилием в отношении женщин. Были проведены практикумы и семинары по вопросам законодательства, прав женщин трудящихся и о насилии в семье. Первый симпозиум АСЕАН+3 и был посвящен проблемам безопасности женщин и искоренению нищеты и проходил в 2007 г. в Токио.

Последнее совещание Комитета по делам женщин АСЕАН+3 и прошло в октябре 2012 г. в Вьентьяне, столице Лаоса. В совещании по вопросам «обеспечения экологической устойчивости, гендерного равенства и партнерства между женщинами АСЕАН» приняли участие делегации из 10 стран АСЕАН, Китая, Японии и Республики Корея. В ходе Конференции Президент «Лаосского Союза Женщин» подчеркнула, что многие из целей «Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро» 1992г, где гендерные вопросы впервые были выдвинуты на повестку дня, так и не были достигнуты. Она предложила правительствам и организациям региона усилению работать над повышением уровня участия женщин и их руководящей роли в принятии решений в области устойчивого развития, устранении дискриминации по половому признаку, и повышение международного и регионального сотрудничества в женских вопросах [6].

В ходе двухсторонних переговоров между представителями Лаоса и китайской делегацией, было решено создать механизм регулярных обменов между женщинами двух стран, а так же предоставить более широкие возможности изучения языков, для устранения языкового барьера. ВКФЖ сообщила о намерении в 2013г. пожертвовать сумму в 300000 юаней (US \$ 47, 970) Китайско-Лаосскому Женскому Учебному Центру и Учебному женскому центру «Китай-АСЕАН» в Наньнин (Гуанси-Чжуанский автономный район), чтобы начать курс языковой подготовки трудящихся женщин Лаоса [7].

ВКФЖ сотрудничает так же с международными неправительственными организациями. Организация «Free The Children» реализует масштабный проект в сельских районах Китая. «Free The Children», считает, что в обеспечении достойного детства требуется комплексный подход, что если помощь сосредоточена только в сфере образования, водоснабжения, здравоохранения и т.д., то основное препятствие на пути к счастливому детству – бедность, не будет устранено. Организация приняла программу «Adopt a Village» – это международная модель развития, включающая пять пунктов в целях борьбы с нищетой: образование, водоснабжение и санитария, здравоохранение, альтернативные источники дохода и средств к существованию, а также сельское хозяйство и продовольственная безопасность. «Adopt a Village» поддерживает развитие общин в районах, где существует широкое распространение детского труда, эксплуатация детей и минимальные возможности для девочек [10].

ВКФЖ сотрудничает также с ТНК. В рамках мировой программы по разумному расходованию мировых водных ресурсов корпорация «PepsiCo Foundation» выделила грант в 5 млн. долларов на защиту чистой воды в сельских районах Китая. Грант предоставляет возможность профинансировать обеспечение доступа к чистой воде для более 500 тысяч жителей центральной и западной частей Китая к 2015 г. Данный грант – самое большое пожертвование за все время работы PepsiCo Foundation в Китае, осуществляемое в рамках поддержки проекта «Водные скважины для матерей», затрагивающего жизни 1,7 млн. человек. При поддержке министерства водных ресурсов Китая PepsiCo Foundation будет финансировать проекты по обеспечению доступа к питьевой воде для жителей сельской местности, а также строительство начальных школ в 8 провинциях и муниципалитетах, среди которых Юньнань, Ганьсу, Гуанси, Сычуань, Чунцин, Гуйчжоу и Внутренняя Монголия [1].

В Восточной Азии «Всекитайская федерация женщин», является лидирующей организацией по защите прав и интересов женщин и детей. ВКФЖ является мостом, соединяющим КПК и китайское правительство с женским населением и женскими организациями мира, а также одной из основных общественных опор государственной власти. Достижение практически равного положения женщины в семье, возможность на равных с мужчинами принимать участие в трудовой, научной, политической, экономической деятельности, борьба с дискриминацией девочек, улучшение медицинского обслуживания – это заслуги не только правительства КНР, но и в большей степени Всекитайской федерации женщин. В отличие от международных неправительственных организаций, которые могут лишь сотрудничать с ООН или с правительствами государств, ВКФЖ тесно связана с партийным и государственным аппаратом КНР и имеет возможность разрабатывать, лоббировать и осуществлять необходимые для достижения целей Федерации программы. Однако негативной стороной сотрудничества власти и Федерации является то, что ее деятельность протекает в рамках текущего идеологического курса и защита прав женщин и детей осуществляется с точки зрения классового подхода, позиций социалистического общества. В остальном, ВКФЖ при реализации политики устранения гендерной дискриминации и защиты прав детей сталкивается с теми же проблемами, что и мировое сообщество в целом: укоренившиеся стереотипы по отношению к девочкам, торможение реализации проектов на местах, отсутствие действующих механизмов юридического контроля.

Список использованных источников и литературы

1. Всекитайская федерация женщин получит грант в размере 5 млн. долларов от PepsiCo Foundation [Электронный ресурс] – URL: http://www.pepsico.ru/media/public/id208.html?sphrase_id=14332
2. Гендерное равенство в современном мире. Роль национальных механизмов/ отв. ред и сост. Воронина О.А. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 772 с.
3. Гендерные проблемы и развитие. Стимулирование развития через гендерное равенство в правах, в доступности ресурсов и возможности выражать свои интересы / Пер.с англ. – М.: Весь Мир, 2001. – 408 с.
4. Поленина С.В. Права женщин в системе прав человека: международный и национальный аспект / Ин-т гос-ва и права РАН. – М., 2000. – 255 с.
5. Прогресс Китая в защите прав человека (Белая книга) [Электронный ресурс] – URL: <http://www.fmprc.gov.cn/rus/ziliao/zt/zfbps/t25318.htm>
6. ACWF Vice President Attends APEC Meeting on Women's Issues [Электронный ресурс] – URL: <http://www.womenofchina.com.cn/html/node/4606-0.htm>
7. China to Enhance Cooperation with ASEAN Countries on Women's Issues [Электронный ресурс] – URL: <http://www.womenofchina.com.cn/html/report/5314-1.htm>
8. Inaugurated: ASEAN Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children [Электронный ресурс] – URL: <http://www.aseanhrmech.org/news/ASEAN-commission-inaugurated.htm>
9. International Liaison Department [Электронный ресурс] – URL: <http://www.womenofchina.cn/html/womenofchina/report/82382-1.htm>
10. Our Mission and Our Model [Электронный ресурс] – URL: <http://www.freethechildren.com/about-us/our-model/>
11. RIO+20: Join the Global Conversation [Электронный ресурс] – URL: <http://www.un.org/en/sustainablefuture/conversation.shtml>
12. The Beijing Declaration on South-South Cooperation for Child Rights in the Asia Pacific Region [Электронный ресурс] – URL: <http://www.womenofchina.cn/html/womenofchina/report/131571-1.htm>
13. 2011 High Level Policy Dialogue on Women and the Economy [Электронный ресурс] – URL: http://www.apec.org/Meeting-Papers/Ministerial-Statements/Women/2011_women.aspx
14. 2012 APEC Women and the Economy Forum [Электронный ресурс] – URL: http://www.apec.org/Meeting-Papers/Ministerial-Statements/Women/2012_women.aspx

ТРАДИЦИОННЫЕ КОРНИ АВТОРИТАРИЗМА В КНДР

Ланговая Е.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Еще до окончания Корейской войны, а точнее с 1948 года, на карте мира появляются два новых государства: Республика Корея и Корейская демократическая республика. На первый взгляд страны пошли по разному пути развития. Но если обратить внимание на высокий уровень политической индоктринации населения, значительную роль армии и органов безопасности, государственный контроль экономики, контроль информации и передвижения, государственную систему, в большей или меньшей степени подстроенную под харизматического лидера, идеологию национального субъективизма – формируется далеко не полный перечень того, что объединяло режимы Ким Ир Сена и Пак Чжон Хи в 1960-1970-е гг. Разница между режимами, тяготеющим к авторитарным основам, была не столько в

структуре, столько в надстройке и фразеологии, в том, какая идеология использовалась для формирования фасада. Но если внешние различия были обусловлены требованиями времени и внешними заимствованиями, то общие черты формировались в течение веков под влиянием китайской культуры и конфуцианской идеологии, оказавшей большое влияние на политическую культуру Кореи в целом. Но на Юге авторитаризм пытался в большей степени идти в ногу со временем, а Север вернулся фактически к традиционной модели: вана заменил великий вождь, а преданных чиновников – верные партийцы [1].

Какие традиционные черты конфуцианства мы можем наблюдать в Северной Корее в наши дни? Какими традиционными чертами обладает правительство страны, а что из традиций характерно для граждан КНДР?

Во-первых, традиции КНДР, как и большинства восточных стран, базируются на конфуцианской этике. Отсюда, к примеру, стремление к порядку и гармонии. Причем не с горизонтально всеобщего равенства, а именно с вертикально организованной системой, выстроенной на каркасе иерархических взаимоотношений квази-семейного типа. В такой системе человек, находящийся на ее подножии, воспринимает ограничение своих прав относительно спокойно, понимая, что это – детали первого этапа, и что потом, когда его статус поднимется, он также сможет рассчитывать на помощь, уважение и услуги со стороны «младших» [1].

Конфуций в своих суждениях об управлении государством выделял два социальных слоя: управляющие и управляемые. Именно поэтому еще до образования государства на севере Корейского полуострова, в умах людей сложилось представление, что гарантией гармонии, порядка и стабильности в обществе является сильный центральный аппарат. При этом, опять же основываясь на представлении конфуцианства о том, что «пахари возделывали землю, а способные управлять-управляли», население Кореи ожидает: от центральной власти решительных действий, акцентируя внимание не столько на страданиях народа в правление вана, сколько на то, к чему оно «в итоге» привело страну. Жители Северной Кореи беспрекословно подчиняются всем требованиям правительства, и считают мнение верховной власти единственно правильным [2.С.100].

Традиционный уклад просматривается и в сфере закона в корейском обществе. Важно понимать, что закон на Дальнем Востоке представляет собой жесткую систему наказаний. Так как во главе государства стоит не закон, а человек во власти, государство рассматривает закон как естественную меру поддержания общественного порядка и социальной иерархии, а не как «договор между правителем и народом», предполагающий взаимные права и обязанности. Ко всему прочему, изначально отсутствует понятие «права личности», которое заменяет «долг» по отношению к правителю, а впоследствии вождю, партии и т.п.

Понятие «частная жизнь» полностью отменено властями КНДР. Несмотря на это, в домах жителей Северной Кореи нет прослушивающих устройств или каких-либо других датчиков отслеживания информации. Все это с легкостью заменяется выверенной системой доносов и такая организация групповой работы, при которой любое девиантное поведение сразу бросается в глаза. Таким образом, государство стремится максимально внедриться в личную жизнь граждан.

Характерно чертой северокорейского общества являются так называемые *инминбаны* – воплощающие принцип коллективной ответственности граждан [3.С.56]. Так называют «народные группы», существующие опять же с целью контроля жизни корейского народа. Так, гражданин является членом коллектива не только на рабочем месте, но и по месту жительства. Такие коллективы воплощают идеи круговой поруки. В случае, когда один из членов группы совершает серьезное преступление, репрессиям может быть подвергнута вся группа. Староста народной группы совмещает в себе функции участкового и управдома.

Нельзя не отметить также такие характерные черты авторитаризма Северной Кореи, как культ личности вождя, который можно сравнить с обожествлением; беспримерный репрессивный аппарат; милитаризация общества или, как минимум, распространение на гражданских лиц многих элементов военной культуры – главным образом, ее командно-административного элемента [4.С.78]. Все это действительно базируется на традиционном укладе мысли жителей северной части острова.

Идеология коммунизма или, скорее, элементы командно-административной системы стали дополнительными средствами установления авторитарного порядка в Северной Корее. Основным фактором, обеспечившим благополучное формирование на территории КНДР авторитарной системы, было сочетание заимствованных извне элементов командно-административной системы с традиционной для Кореи политической культурой [5.С.590]. При этом власть КНДР выбирала те конфуцианские традиции, которые наиболее выгодно отвечают ее интересам.

Подытоживая все вышесказанное, можно сделать достаточно простой вывод: северокорейская модель, построенная не столько за счет внедрения концептуально новых элементов, сколько за счет удачного наложения определенных частей структуры командно-административной системы на традиционный конфуцианский культурный слой, представляет собой не столько «ужасное будущее», сколько возвращение к традиционному прошлому.

Одновременно исследование этой темы позволяет задаться рядом важных вопросов. Всегда ли авторитарная модель – это плохо? Является ли западная демократия идеальным строем, показанным к

применению на всем земном шаре, особенно – в странах конфуцианского культурного региона? Северокорейский опыт дает на них неоднозначный ответ.

Список использованных источников и литературы

1. Ланьков А. Два правительства, одна страна? (Север и Юг в борьбе за легитимность) –URL: <http://lankov.oriental.ru/d78.shtml>
2. Асмолов К.В. Северная Корея как идеальная антиутопия или традиционные корни авторитаризма в КНДР // Путь Востока – 2003. № 30. – С.88-105
3. Булычев Г.Б. Политические системы государств Корейского полуострова. – М.: МГИМО, 2002. – 166 с.
4. Торкунов А.В., Денисов В.И., Ли В.Ф. Корейский полуостров: метаморфозы послевоенной истории. – М.: ОЛМА Медиа Групп. – 200 с.
5. Курбанов С.О. История Кореи с древности до начала XXI века. – М.:СПб., 2009.– 680 с.

РОССИЯ И ЯПОНИЯ: ВЗГЛЯД С ВОСТОКА

Лобажевич А.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Изучая особенности любой культуры, отличной от нашей собственной, мы стремимся не только к ее познанию, но и к пониманию ее сущности, выраженной в раскрытии ее ценностно-смыслового содержания. Только таким образом может осуществляться межкультурная коммуникация, основанная на диалоге культур. Особенную сложность – но и интерес – представляет диалог с культурами Востока, близкими нам территориально, но удаленными ментально. Может ли чужая, далекая культура стать своей, близкой? Вряд ли это возможно, особенно если речь идет о Востоке. Но «чужая» культура, при должном стремлении к ее пониманию, может стать «иной», сохраняя свою неповторимость, но являясь, вместе с тем, источником интереса, притягательности, поучительного опыта. Самым непосредственным образом это относится и к японской культуре.

Межкультурное общение и взаимодействие основано на понимании культурных различий, поэтому здесь необходим особый подход к соблюдению интересов представителей двух культур. Эффективное взаимодействие имеет место тогда, когда человек не просто соглашается с тем, что различия существуют, а понимает сущность этих различий, принимает специфику в своем поведении. «Целью межкультурной коммуникации является приоритет соблюдения своих интересов в своей культуре и приоритет соблюдения интересов партнера в его культуре» [1.С.104]. Диалог культур полезен еще и в том отношении, что позволяет взглянуть на себя «со стороны», глазами представителей другого народа, другой культурной традиции.

В этом отношении полезно изучение особенностей восприятия России и русских со стороны нашего восточного соседа – Японии. В отношениях между двумя странами присутствует и взаимный интерес, и уважение, но и, вместе с тем, непонимание, отчуждение. Во многом причины этого лежат именно в сфере межнациональной и межкультурной коммуникации, о некоторых аспектах которой и пойдет речь в данной работе.

В целом русско-японские контакты не были многочисленны. По сравнению с другими иностранцами, россияне, посещавших эту страну, было невелико, равно, как совсем немного было японцев, посетивших Россию. Особенно это относится к 18 веку, когда отношения между нашими странами только начинают складываться. Поэтому особенно ценны свидетельства современников, как с русской, так и с японской стороны, которые по своей воле или случайно оказались в незнакомой стороне. Преодолев отчуждение и недоверие, они смогли рассказать о своем опыте приобщения к чужому, непонятному миру. В данном случае, подобные свидетельства являются не только ценным источником по истории и культуре, традициям и манерах поведения двух народов, но и как указывалось выше, свидетельством межкультурной коммуникации. Каждый автор, описывая другую незнакомую страну, быт и обычаи народа, делает ее с позиций своей, что создает возможность для диалога.

Первые письменные свидетельства о России были получены от японских моряков, потерпевших кораблекрушение у российских берегов. Посещение России японскими моряками Кодая и Исокити произошло по инициативе русского правительства. Прямые контакты и общение с русскими оставили в памяти японцев дружеские воспоминания о неизвестной стране, о чем они сообщили своим соотечественникам по прибытии на Родину. Политика самоизоляции, установленная в эпоху Токугава, под страхом смерти запрещала распространение любой информации об иностранных государствах. Поэтому, правдивые рассказы о России вызвали недовольство бакуфу, вследствие чего воспоминания японских моряков о русских и их рассказы о России были запрещены в Японии. Рукописи, в которых говорилось об русских обычаях, нравах, быте, государственном устройстве и т.д., хранились в правительственных учреждениях как секретные документы. Только в 1937 году книга японского ученого Кацурагава Хосю «Краткие вести о скитаниях в северных водах» вышла в свет очень ограниченным тиражом и даже в Японии она стала библиографической редкостью, т.к. в продажу не поступала. И лишь

спустя столетия правдивые рассказы японских моряков о России и о русских стали доступны для японского народа. «Кодаю побывал в России. Это было невиданным дотоле событием, и поэтому естественно, что привлекло внимание правительства и народа. Но эта книга в течение долгого времени хранилась в секретных книгохранилищах, и поэтому мало что из нее дошло до сведения народа» – из комментариев известного историка Камеи Такаеси [2.С.31]. К сближению двух народов и попытке установления диалога двух культур способствовала работа русской миссии в Японии, к деятельности которой у японцев было особое отношение.

Миссионерская деятельность святителя Николая, первого русского архиепископа в Японии рассеивала страх и недоверие к России, которое усиленно распространялось западной пропагандой и правительством сегуна. «В Японии, – писал отец Георгий (Тартышников), – архиепископа Николая почитали не только христиане, но и язычники. После императора не было в Японии человека, который пользовался таким уважением, такой известностью, как Глава Духовной Миссии» [3].

Работа святителя способствовала сближению двух народов и была направлена на восстановление мира, а также развивала знакомство с Россией у значительной части населения Японии. В результате деятельности русского миссионера первоначальное недоверие и подозрение уступили место добродушию и гостеприимству. Знание японского языка позволяло ему также заниматься изучением истории и культуры японского народа и, в то же время, заниматься пропагандой российской культуры.

Усилия русской миссии, роль и значение владыки Николая в сближении двух народов были по достоинству оценены в Японии. В день его 50-летнего юбилея служения Японии губернатор Токио сказал: «...мне, кажется, что те заслуги, какие оказал нашему государству учитель Николай, не ограничиваются успехами одного только миссионерства, но также заключается в том, что он содействовал цивилизации в нашей стране. Даже те, которые некогда направляли на иностранцев сверкающие глаза, теперь обращаются с ними с радостью, приветливостью и благоговением» [3].

Как пишет японский исследователь С.Накамура, опыт общения русских с японцами с самого начала свидетельствует о доброжелательном и уважительном отношении России к Японии, о желании русских иметь культурные и торговые отношения. С.Накамура дает частичный ответ на вопрос: «Почему и откуда в таком случае появилась версия «угрозы с Севера»?» [4.С.9]. Он пишет, что голландцы с 1772 года предостерегали об опасности продвижения России на юг. Они же распространяли слухи о жестоком обращении русских с потерпевшими кораблекрушение японцами. Однако, отмечает он, контактируя с русскими, местные чиновники постепенно избавились от сомнений.

«Могами Токунаи, один из японских исследователей Южно-Курильских островов, живя в Эдо, считал, что русские жестоки, но при непосредственном общении с ними обнаружил, что они люди добросердечные» [4.С.80].

Таким образом, налицо определенное противоречие: личные контакты позволяют создать атмосферу доброжелательства и взаимопонимания, но они не настолько многочисленны, чтобы преодолеть недоверие к северному соседу.

Версия «Угрозы с Севера», которая имеет, по мнению С. Накамуры, «иностранный» происхождение, на протяжении длительного времени поддерживалась также и правительством Японии. Ее упрочению способствовали и такие политические события, как русско-японская война, а также нерешенный территориальный вопрос. Все это выработало у японского народа достаточно устойчивый стереотип предвзятого отношения к русским, стереотип восприятия России как опасной, агрессивной страны. Как отмечает Хакамада Сигети: «Не решение территориальной проблемы не смывает чувство взаимного недоверия между Японией и Россией. К большому сожалению, из-за этого у трети четвертой населения Японии до сих пор имеется негативный имидж России как государства» [5]. Россия для среднего японца – это большая, холодная, непонятная, странная страна.

С распадом Советского Союза образ России в сознании японцев постепенно меняется. Сейчас Россия в японской политике и пропаганде перестала занимать большое место. К России нет интереса, говорят японские журналисты. «Японцы стали воспринимать Россию как нормальную страну, примерно, как Францию, Испанию или Италию», отметил в беседе Накамура Кенносуки, профессор Токийского университета» [6]. Вместе с тем, «Японцы поняли, что Россия не страшная, что Россия интересная и что с ней, оказывается, можно дружить» [6].

Проблема в том, что между нашими странами по-прежнему не существует развитых и устойчивых экономических связей, а значит – почвы для сотрудничества на основе взаимного интереса и выгоды. Некоторый оптимизм внушает тот факт, что японцы стали рассматривать современную Россию как приоритетное направление для туризма. В СМИ появилась информация о том, что Япония планирует увеличить поток туристов из России. В прошлом году их было 50 тысяч человек, а к 2016 году число гостей должно достигнуть 300 тысяч [6].

Единственная сфера, где наши связи являются длительными, устойчивыми и плодотворными – это сотрудничество в области культуры. Богатая российская культура традиционно притягивает японцев. «Русская литература XIX века, по признанию японцев, произвела революцию в их умах. Их поразили критический дух литературы, сосредоточенность на социальной сущности и способности вторгаться в жизнь» [7.С.17].

Японцы пошли по пути освоения русской литературы дальше других. Так, в Японии переведена вся русская классика, – переведена многократно, разными переводчиками и в разное время. На японских сценах идут русские пьесы, хотя, нужно отметить, что изучение русской литературы со стороны властей никогда не поощрялось.

Почему японцы любят русскую литературу? Однозначного ответа на этот вопрос, конечно, нет. Возможно, это связано с тем, что молодая японская интеллигенция эпохи Мэйдзи по происхождению была во многом связана с простым народом, как наши российские разночинцы. Поэтому демократический пафос русской литературы, ее сострадание к простому народу, гуманизм, духовные искания, оказались ей близки. Кроме того, знания о Европе часто шли через Россию, т.е. наша страна в этот период стала своеобразным мостиком между Европой и Японией. Тургенев в Японии был популярен довольно долго, он воспринимался японцами как один из самых модных, европейских писателей. Толстой же, воспринимался как русский, но скорее не как писатель, а философ, учитель жизни. Сегодня особенно Достоевский пользуется большой популярностью в Японии. «Достоевский и сейчас живее всех живых. То есть, это действительно наш современник, живой актуальный писатель» – говорят японцы [6]. К сожалению, произведения А.С.Пушкина в Японии не были поняты и оценены настолько широко, как творения Достоевского. Под влиянием русской литературы формировался образ непонятной, но в целом очень привлекательной страны. «Именно гуманистический пафос русских классиков снискал России репутацию чудесной страны, в которой крестьяне трудолюбивы, честны и талантливы, помещики богаты, благородны и гостеприимны, женщины добродетельны и очаровательны. В то же время из произведений классиков явствовало, что русские склонны к философствованию, сентиментальны и легко ранимы» – Александр Долин. История любви или русская тема в японской поэзии [8].

Японский поэт начала XX века Момота Содзи с восхищением пишет о России:

- О Россия!
- Ты мчишься, летишь
- И в полете свое
- Ты свободна!..
- Мчишься ты надо всеми странами
- Надо всеми мятежами и сварами [8].

В данном случае, для японского поэта, как и для многих его современников из числа демократически настроенной интеллигенции, Россия была воплощением передовых социальных идей, символом борьбы за права трудящихся. Это же отношение сохранялось у интеллигенции и после октября 1917. С другой стороны, в Японии первой половины XX века были популярны и идеи Л.Н.Толстого. Его японский последователь Токутоми Рока создал у себя на родине целое объединение толстовцев, по приглашению которого в 20-е годы с циклом лекций об учении отца приезжала Александра Львовна Толстая.

Можно спорить о том, насколько глубоко и адекватно были восприняты в Японии все эти очень неоднозначные идеи, однако одно очевидно: Россия была интересна для японской интеллигенции, она была источником новых идей, духовных поисков и передового социального опыта.

«А вот с восприятием культуры России в сегодняшней Японии дело обстоит сложнее. Россия в Японии непопулярна», – пишет исследователь и журналист А.Куланов. Интересы к русской литературе, особенно к современной, практически нет, лишь один процент студентов-гуманитариев выбирает в качестве иностранного языка русский язык. Старшее поколение знает и любит русский балет, русскую музыку, классическую литературу, но как говорит известный славист Мицеи Нумано, «это всего лишь культурная инерция, и она не вечна» [9]. Япония огородила себя от всех внешних влияний, кроме американского, и она продолжает делать ставку на изоляцию.

Вада Харуки, японский историк-русист, отмечает, что в Японии просто не знают крупных фигур нашей страны и Россия должна быть более активна в продвижении имен выдающихся людей. «Сахаров, Лихачев, Акунин... – это многообразие интересно, но пока уступает по популярности известным фамилиям прошлого» [9].

Время внесло свои коррективы, сейчас Россия и Япония стоят на разных уровнях развития, пишет Вада Харуки, и представления современных японцев о России четко не оформлены, «именно поэтому в последнее время я стал призывать японцев к появлению нового взгляда на Россию – как на соседа. Ваша страна сама должна преподносить себя именно в таком качестве. У России есть такой шанс. Культура и наука – вот в чем привлекательность и чем может вызвать Россия уважение соседей» [9]. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что к нашей стране в Японии относятся по-разному: одни – с искренним уважением, другие, в большинстве случаев, по-прежнему видят Россию как вероятного противника. С распадом Советского Союза многие японцы потеряли интерес к нашей стране. Как говорят японские исследователи, в Японии мало знают об огромных способностях русских людей и огромном потенциале, в первую очередь, нравственном, культурном, научном. Нам необходимы нестандартные решения для поддержания добрососедского сотрудничества и снятия проблемных вопросов, а также советуют, японцы, активнее работать по повышению имиджа России в Японии.

Список использованных источников и литературы

1. Почебут Л.Г. Взаимопонимание культур: Методология и методы этнической и кросс-культурной психологии. Психология межкультурной толерантности: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. Ун-та, 2005. – 281 с.
2. Кацурагава Хосю Краткие вести о скитаниях в северных водах перевод с японского, комментарий и приложения В.М. Константинова. – М.: Наука, 1978. – 473 с.
3. Головкин Н. Русский апостол Японии. // Интернет-газета, 2012 – URL: http://www.stoletie.ru/sozidateli/russkij_apostol_japonii_2012-02-16.htm
4. Накамура Синтаро. Японцы и русские: из истории контактов: пер. с яп. / С. Накамура; под ред. Б. Г. Сапожникова. – М.: Прогресс, 1983. – 304 с.
5. Сигэки Хакамада Как дальше развивать японо-российские отношения? Взгляд из Японии. // Русскоговорящий опиньон-сайт Исследовательского института «Евразия 21» – URL: <http://www.eri-21.or.jp/russia/archive/others/20050222.shtml>
6. Молодяков В. Честно о японском образовании, о российско-японских отношениях и о себе – URL: http://gaku.ru/interviews/molodyakov_vasily.html
7. Григорьева Т.П. Японская художественная традиция. – М.: Наука, 1979. – 368 с.
8. Долин А. История любви или русская тема в японской поэзии – URL: <http://www.stihi.ru/2011/06/01/4300>
9. Куланов А. Тайва. Разговоры о Японии. Разговоры о России. – М.: Захаров, 2003. – 208 с. – URL: http://www.zakharov.ru/component/option,com_books/task,book_details/id,55/Itemid,1/

НЕКОТОРЫЕ ИТОГИ XVIII СЪЕЗДА КПК

Маненко М.А., студент; Сосковец Л.И., д.и.н., профессор

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Тема доклада актуальна, поскольку почти все общественно-политическое, что происходит в КНР, в силу ее экономического и политического статуса в современном мире, неизменно вызывает пристальное внимание и политиков, и экспертов, и всех, кто изучает или интересуется Китаем.

2012 год для Китая ознаменовалось очередным съездом Коммунистической партии. И хотя съезды китайских коммунистов давно превратились практически в ритуальные события, такие мероприятия всегда ждут с большим интересом и не только в самом Китае. Ведь на партийных форумах озвучиваются основные итоги развития страны, подводятся результаты очередного пятилетнего реформирования, заявляются новые цели и рубежи развития страны на ближайшую и отдаленную перспективу. КНР уже позиционируется как великая держава и миру важно понимать, чего страна собирается еще достигнуть. XVIII съезд при этом привлекал еще и потому пристальное внимание, что на нем должна была произойти смена власти. Никаких сюрпризов в этом отношении тоже не ожидалось: КПК уже отработала механизмы передачи партийного и государственного управления, имена новых руководителей были заранее известны, но у аналитиков всегда находится повод порассуждать о расстановке сил, о наличии неких «подводных течений» в руководящем ядре партии и т.д.

Цель моего выступления заключается в выделении главных итогов работы съезда с точки зрения оценки, достигнутых Китаем результатов реформирования и определения им дальнейших стратегических целей.

Действительно, съезд избрал новое коллегиальное руководство Коммунистической партией, а стало быть и государства, ибо в КНР эти понятия-функции неразрывны. Как и планировалось во главе партии и государства встали Си Цзиньпин, Ли Кэцян, Ван Цишань и другие. По оценкам экспертов, новый состав постоянного комитета политбюро оказался более консервативным, чем предполагалось. Эксперт Бруклинского института, влиятельного американского аналитического центра, Чэн Ли считает, что обновленная конфигурация постоянного комитета свидетельствует об укоренившихся консервативных тенденциях в КПК [1]. Представляется, что в данном случае консерватизм можно понимать как приверженность прежним идеям и целям, продолжение курса предшествующих поколений руководителей партии и опять же стойкий отказ от решительных преобразований в политической сфере. Нельзя отрицать, что политическая реформа в Китае не проводилась. Проводилась и проводится, но достаточно аккуратно, следуя принципу «не надо ломать старый дом, не построив новый». Китайцы полагают, что их политические институты вполне дееспособны, они обеспечивают прогресс страны и общества, а западные политические модели в этих условиях не нужны или вредны. В самом Китае считается, что появление «Хартии 2008» – своего рода свидетельство деятельности и активности оппозиции. Политические заслуги КПК очевидны: в Китае понимают, что тот суммарный и колоссальный успех в развитии, по сути, обеспечен умелым руководством КПК. Намечено и впредь совершенствовать имеющиеся политические институты и работать по наращиванию авторитета КПК как руководящей и направляющей силы китайского общества [2].

2012 год по китайскому циклическому календарю с्याли – год Черного Дракона. Но и символом Китая выступает дракон. Дракон – это сила. Китайский дракон долго спал. В конце XX века он

проснулся: начался период модернизации. В ноябре 2012 года партия торжественно заявила, что страна приступает к завершающему этапу модернизации. К 2020 году Китай должен достичь пика величия и превратиться в «могущественное, гармоничное, модернизированное социалистическое государство» [2].

В отчетном докладе Ху Цзиньтао прозвучал тезис «раскрытия потенциала индивидуального потребления, ускорения темпов инвестиционного развития, расширения внутреннего рынка, стратегической коррекции структуры экономики», что и является основной целью смены модели экономического развития. Решение стратегической задачи заложено в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Краткосрочная стратегия «коррекция экономической структуры» подразумевает гармонизацию модели роста «экспорт – инвестиции – потребление». Так, в случае ухудшения показателя экспорта в Китае начинают наращивать инвестиции. Для решения этой задачи была разработана набор долгосрочных стратегических задач. «В Китае необходимо углублять реформы и ускорить трансформацию модели экономического развития для построения общества «сяокан» – средней зажиточности, – заявил Ху Цзиньтао. Во-первых, необходимо углубить процесс реформирования экономической системы; во-вторых, нужно придерживаться инновационной стратегии развития; в-третьих, корректировать структуру китайской экономики; в-четвертых, способствовать процессу урбанизации; в-пятых, повышать уровень открытости китайской экономики» [3].

На данный момент новое руководство намерено продолжать политику предшественников по изменению модели экономического роста. Действительно, экспортно-ориентированная модель, когда Китай жил в основном за счет инвестиций, экспорта и внешних вложений, подошла к своему пределу. Менять саму экономическую модель начали еще Ху Цзиньтао с Вэнь Цзябао. Однако высокие показатели и стабильность на протяжении 10 лет свидетельствуют о росте экономической мощности страны. Аналитики отмечают переход Китая к экономическому росту за счет внутреннего потребительского спроса, что обеспечит ощутимый рост ВВП.

Обратимся к социальной политике, проводимой в обществе. Главная идея съезда – сохранить и реализовывать старые лозунги «человек – основа основ», «становление партии для всех», «осуществление правления для народа». Эти положения вписаны в новый устав КПК и от них отходить никто не будет, более того вышеперечисленные лозунги – отражение социальной политики четвертого и пятого поколений. На первый план выходит политика в отношении китайской деревни – источнике бунтов, главной причиной которых являлось изъятие земель. Итак, основная цель реформ – развитие не во имя развития, а развитие во имя того, чтобы людям стало жить лучше [4].

В этом отношении, одна из серьезных проблем для нового поколения руководителей – это старение Китая. Процесс идет очень быстро, и к 2022 году количество стариков (старше 65 лет) возрастет приблизительно до 9-10%. А если считать людей старше 60 лет, то это 28-30%. Это серьезная цифра. Но самое страшное не это, а то, что в Китае проживает 1,3 миллиарда человек, и впереди уже маячит перспектива нехватки трудовых ресурсов. Т.е. наступит то время, когда на одного работающего будет приходиться двое дедушек, две бабушки, двое родителей, а он один и кормить всех надо [5]. Старение населения в Китае опасно не только тем, что быстрыми темпами сокращается число трудоспособных людей, на которых держится экономический рост, но и тем, что в КНР нет централизованной пенсионной системы. Исходя из этого, власти Китая признают ошибочность политики «одна семья – один ребенок». Эта политика негативно влияет на жизнеспособность общества [5].

Во внешнеполитическом курсе, намеченном съездом, аналитики отмечают следующее. Делается упор на использование инструментов «мягкой силы», но в сочетании с жестким отстаиванием национальных интересов. Не ведется и речь о соперничестве с США за право стать гегемоном, поскольку Китай не заинтересован в конфликте, а наоборот намерен продолжать политику «гармоничного мира». Итак, в первую очередь, Китай намерен отстаивать собственные национальные интересы и безопасность. Далее, речь идет о сокращении влияния США в АТР и Центральной Азии, что уже предполагает долгую борьбу. Ставится цель постепенного формирования позитивного образа Китая и имиджа надежного экономического и политического партнера в сознании элит и населения государств различных регионов мира, что будет достигаться разными способами: инвестиции, гранты, кредиты.

Подводя итог, следует сказать, что XVIII съезд КПК – это своеобразный вектор, направляющий Китай в эпоху поиска решений и ответов на вызовы, как внешние, так и внутренние. Важный момент был, есть и будет – проведение реформ в соответствии с формулой сочетаемости «социализма с китайской спецификой» и «иностранным опытом». Политическая реформа, охватывающая такие компоненты, как «процесс демократизации», борьба с коррупцией будет проводиться постепенно. Однако, касаясь демократизации, ожидать каких бы то ни было радикальных перемен не стоит, поскольку руководство Китая намерено укреплять по своей сути уникальный режим, т.к. это единственная страна, где до сих пор достаточно преуспевающе во главе управления страной функционирует коммунистический партийный аппарат. Экономический курс ориентирован на внутренние производственные силы, с последующим ростом благосостояния людей и приближением их к «среднему классу», а также ростом ВВП. Исходя из лозунга «человек – основа основ», в социальном пространстве намечаются реформы в отношении «деревни», а также в проводимой политике рождаемости, которая имеет губительные последствия на качественный состав населения, гендерное соотношение, а также тяготы пенсионного обеспечения, которого в стране фактически нет. Наконец,

внешняя политика представлена понятиями «мягкая сила», «гармоничный мир», что говорит об отсутствии агрессивных настроений в отношении США и потенциальных партнеров. На передний план выходит активное и эффективное сотрудничество со странами-партнерами для достижения целей КНР в пределах АТР и Центральной Азии.

Список использованных источников и литературы

1. http://www.gazeta.ru/politics/2012/11/15_a_4854301.shtml
2. <http://regnum.ru/news/1596170.html>
3. <http://voprosik.net/itogi-18-sezda-kpk/>
4. <http://www.itar-tass.com/c188/571499.html>
5. <http://regnum.ru/news/1596170.html>
6. <http://www.epochtimes.ru/content/view/71841/4/>

ЗАКОН КАК СПОСОБ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Минасян С.П., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На данный момент в современном мире едва ли можно найти государство, не столкнувшееся с проблемой коррупции. Рано или поздно управленческий аппарат под давлением обстоятельств или личных соображений прибегает к злоупотреблению своих полномочий и как следствие к хищению средств из государственного бюджета. Наша страна отнюдь не замыкает список наиболее коррумпированных стран мира, более того уверенно стремится к лидирующим позициям в данном состязании [1].

Однако, поскольку данная проблема не является продуктом деятельности современных госслужащих, а уходит далеко вглубь истории, мы можем утверждать, что наше государство на протяжении многих веков предпринимало попытки по устранению коррупции. Уже в судебнике Ивана III прослеживается цель борьбы с тогдашней коррупцией, а именно мздоимством (получением взяток) [2.С.19,33,34]. Также достаточно вспомнить жесткие меры Петра I, которые не ограничивались штрафами, а зачастую заключались в вынесения смертного приговора в целях пресечения взяточничества [3]. Более того можно не раз убедиться в том, что в России неоднократно освещалась проблема казнокрадства и предлагались пути разрешения данной проблемы, но увы тщетно. Неужели проблема относится к абсолютному неразрешимым? Разве современное правительство не способно принять ряд мер, способных обеспечить искоренение коррупции? К сожалению, коррупция это не болезненный участок, локализованный на теле страны, который с легкостью можно вырезать путем хирургического вмешательства, это давно отлаженная системная деятельность, которая осуществляется посредством использования лазеек предусмотрительно оставленных практически в каждой законодательной системе.

Тем не менее, на сегодняшний день в России принимаются законы, нацеленные на оздоровление государственного аппарата в целом, и на борьбу с коррупцией, в частности.

Широкую огласку получил внесенный в Госдуму президентом России Владимиром Путиным законопроект о запрете чиновникам иметь счета за рубежом, который возможно полностью будет принят в течение этого месяца [4]. Суть законопроекта, а именно запрета на хранение счетов за рубежом предполагает возвращение средств в отечественную экономику с целью пресечения возможного влияния иностранными государствами на политическую деятельность держателей активов. Депутат государственной думы, господин Евгений Федоров [5], утверждает: «Имущество чиновника за рубежом – это прямой механизм манипулирования в России чиновниками, в частности. Задача закона защититься от этого манипулирования». Другой аспект данного законопроекта заключается, как ранее было сказано в оздоровлении государственного аппарата, а именно в привнесении патриотичности в ряды политической элиты «Всегда существует опасность целостности государства. Государственные служащие должны связывать свое будущее и будущее своих детей с Россией», – считает губернатор Иркутской области Сергей Ерошенко [5].

Законопроект получил достаточную поддержку, однако будучи также направленным на борьбу с коррупцией подвергся весьма здоровой критике.

Во-первых, оппозиция задается вопросом, отчего данный законопроект планирует вступить в силу так поздно, и не связано ли это отчасти с очередной популистской компанией руководящей партии.

Во-вторых, на сегодняшний момент Россия насчитывает 3 миллиона чиновников и госслужащих разного уровня и далеко не все они держат свои счета в зарубежных банках, более того существует не один способ зафиксированный в юрисдикции, позволяющий скрыть те или иные счета легальным способом, не говоря уже о хранении денег в офшорах, которые скорее являются большим злом для экономической сферы государства.

И, в-третьих, возбраняется отсутствие системности в борьбе с коррумпированностью политической элиты. Нельзя привить что-либо, базируясь на факторе устрашения, это давно

проверенный неправильный способ, куда более важна мотивация госслужащих работать честно, работать на страну и на народ. А что же мы имеем сейчас? Политическая элита имеет бесчисленное количество преимуществ перед населением, начиная с материального благополучия и заканчивая исключительностью услуг для высокопоставленных лиц. Безусловно, во все времена властимущим удавалось задержать в своих руках немало благ любимой Родины, апогеем коррумпированности в России, пожалуй, можно обозначить период заката Советского Союза.

Когда, официальный рубль был практически ничем не обеспечен, не признан на мировом рынке и на рынке внутреннем, номенклатурой был придуман мифический инвалютный рубль, который существовал только в воображении и был изобретен с единственной целью: наворовать как можно больше иностранной валюты. Отныне самым желаемым для номенклатуры оказался доллар. Беда была в том, что в отличие от рубля, доллар необходимо было зарабатывать, а работать номенклатура давно уже отвыкла и не умела.

Хозяйство КПСС в Москве было огромным. Только в столице КПСС владела 5 тысячами зданий общей площадью 137 тысяч квадратных метров. Трудящиеся в издательствах и типографиях вносили ежегодно в партийную казну 450 миллионов рублей. Также в распоряжении ЦК было 19 роскошных санаториев и 40 домов отдыха, сотни поликлиник и больниц. Только в Серебряном бору в Подмоскovie ЦК имело 1800 дач и особняков. ЦК принадлежала целая сеть гаражей, столовых, магазинов, специальных цехов на мясокомбинатах, фабриках пищевой промышленности, пекарен, парикмахерских и многое, многое другое. Все это требовало немислимых расходов. В масштабе Союза ежегодные расходы только на поддержание всего номенклатурного хозяйства в хорошем состоянии требовали примерно 5 миллиардов рублей и 1,5 миллиарда долларов [6.С.272,274,276]. Кроме того, именно тогда появилась тенденция к росту расходов, в связи с резким подорожанием на Западе многих видов товаров и услуг, а также в связи с расширением программы строительства новых дач, поскольку многие старые дачи, построенные еще в сталинские времена, пришли в совершенную ветхость. В них жить стало совершенно невозможно: нет ни бассейнов, ни кортов, ни саун.

Постоянно увеличиваются расходы, связанные с поездками партаппарата в заграничные командировки, отпуск, лечение и т. д. Не стоит также забывать о бесконечных перечислениях на лицевые счета членов Политбюро, согласно различным секретным постановлениям.

Вернувшись к вопросу, об эффективности законопроекта нужно учитывать особенность мышления представителей государственной власти. Нельзя забывать о том, что выгодность условий, несомненно, сыграет роль в мотивации чиновника следовать нововведениям. Преимуществом у данного законопроекта, безусловно, остается альтернатива, предоставленная чиновникам, в качестве хранения сбережений, а именно хранение средств в российских банках на более выгодных условиях, нежели в иностранных.

Плюс ко всему прочему, закон служит подкреплению к недавно принятому закону о декларировании доходов чиновников и позднее принятому о декларировании расходов. Отдаленно все это напоминает более менее системный подход, о котором говорилось ранее.

Отчасти, можно утверждать, что подвергнув законопроект корректировкам и урегулированиям различных юридических моментов, государство возможно бросит вызов застоявшейся и упрочившейся в нашей стране коррупции, но все это не отменяет дороговизны проводимый кампании, средства на которую естественным образом используют из без того прохудившегося федерального бюджета. То есть средства, которые могли бы пойти на школы, больницы, спортивные комплексы. Какие дивиденды данная борьба с коррупцией принесет народонаселению? Или это действия направленные на результат в будущем? И где, возникает вопрос, гарантии этого результата? Насколько велика вероятность того, что через месяц все диспуты поутихнут, чиновники приспособятся к нововведениям и все затраченные ресурсы не уйдут за зря? Можно уже не продолжать вести речи о том, что в случае развития тенденции по ограничению политической элиты, закреплению ее в рамках государственной территории государство не вернется к «железному занавесу», который будет максимально актуален ввиду дешевизны реализации и максимальной эффективности по удержанию средств внутри страны.

Данный закон, безусловно, внесет изменения в современный уклад государственного аппарата. Ряд зарубежных счетов чиновников закроются, однако не стоит ожидать стремительного вливания средств в отечественную экономику. Как было упомянуто ранее, сбережения найдут себе место в иных формах хранения капитала, члены государственной думы непременно найдут способ скрыть свои финансы, во избежание разоблачения их количества. Привнесет ли ограничение особого отношения к Родине у политической элиты, вопрос спорный, вряд ли можно привить такое высокое и благородное чувство посредством приношения неудобств личного характера. К сожалению, только наградная система стимулирует у людей чувство гордости за Отчизну и безоговорочную ей благодарность. Можно высказать еще множество догадок по поводу эффективности данного закона, однако разумным будет дожидаться вступления его в силу и наглядно увидеть его результат.

Несомненно, вопрос повсеместной коррумпированности еще долгое время будет оставаться открытым. Еще долгое время будут придумываться, и предприниматься различные попытки наладить жизнь в государстве, путем борьбы с коррупцией. Но, несмотря, на идеальность и продуманность

программ, нацеленных на оздоровление и упрочнение государственного аппарата, главным пунктом всегда будет оставаться человеческий фактор, задающий направление цепочке любых событий.

Список использованных источников и литературы

1. http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/12/121205_transparency_index_2012.shtml
2. Судебник Ивана III (ст. 19) провозглашает возможность отмены решения «неправого суда» боярина и дьяка, не устанавливая, однако, никаких репрессивных мер за него. Ст. 33–34 запрещают недельщику (судебному лицу) просить и брать «посулы» – взятки.
3. <http://www.protown.ru/information/hide/7114.html>
4. <http://lenta.ru/news/2013/02/12/putin/>
5. <http://video.yandex.ru/#search?text=%20%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%20%D0%BE%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B5%20%D1%81%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B2&filmId=hhjGSoCTCIE%2C>
6. И. Бунич Золото партии: Ист. публицист. исслед. – К.: А.С.К.; СПб.: Облик, 2002.

ДЕТСКИЕ ПРАЗДНИКИ У ЯПОНЦЕВ

Нгуен Тхи Хуен Чанг, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

У японских детей много праздников, в отличие от немногих детей в других странах, которым выпал только один день – 1 июня, международный день защиты детей. Причем японские детские праздники – это не дни, когда в календаре стоит галочка, это настоящие праздники, с многовековыми традициями. Как все азиатские праздники, они очень красочны. В жизни малыша помимо первого года жизни особое значение имеют 3 года, 5 и 7 лет. 15 ноября отмечается праздник «7-5-3» – «сити-го-сан». В этот день улицы городов и сел Японии наполняются нарядами детьми 3, 5 и 7 лет, которых родители ведут в синтоистский храм. Мальчики одеты в яркие шелковые одежды, а девочки – в пестрые кимоно из парчи. Считается, что посещение храма в этом возрасте принесет ребенку удачу и благополучие. 3-летний возраст одинаково важен и для мальчиков, и для девочек – считается, что именно тогда заканчивается период раннего детства. Дата в 5 лет особо отмечается мальчиками. Это связано с древней традицией, когда сына самурая в 5-летнем возрасте вводили в состав высшего сословия, для чего существовала особая церемония надевания шаровар. 7-летний возраст важен для девочек: раньше в 7 лет девочке впервые надевали широкий пояс на кимоно – оби, который символизировал взросление, так как считался принадлежностью туалета взрослой женщины.

На праздник «7-5-3» в дом, где есть дети такого возраста, приглашаются родственники и друзья; устраивается праздничный стол, малышам вручаются подарки. Самое распространенное угощение в этот день – разноцветные леденцы «амэ». Обычно их продают недалеко от входа в храм. Длинный леденец согласно примете лучше съесть не в одиночку, а разломить на части и поделиться с друзьями – это принесет благополучие. У японцев есть ещё два специальных праздника – День мальчиков (5 мая) и День девочек (3 марта). Очевидно, эти даты связаны с древним японским земледельческим календарем: в марте начиналась посадка проса, которая считалась женским занятием, а в мае – посадка риса, относящаяся к числу мужских дел.

Праздник девочек, или праздник кукол – «хина мацури» – возник около 300 лет назад; долгое время он являлся государственным праздником, и только после Второй мировой войны был исключен из числа официальных и стал домашним праздником. В этот день в каждом доме, где есть девочка, устраивается выставка кукол. Эти куклы служат не для игры: весь год они хранятся в коробках и достают для показа их только на праздник. Очень красивые куклы, сделанные из бумаги, дерева или глины, передаются по наследству из поколения в поколение. Предполагают, что праздник кукол возник из древнего обычая, когда в этот день люди вырезали из бумаги фигурки, писали на них свой возраст и пол и топили в реке или ручье. Считалось, что таким образом человек может освободиться от всего дурного, что накопилось в нем за год. Теперь этот обычай остался в далеком прошлом, а праздник кукол стал одним из самых красивых праздников в году. Куклы начинают выставляться в первый же год после рождения в семье девочки. Иногда девушка, выйдя замуж, устраивает праздник сама для себя до тех пор, пока у нее не родится дочка. Куклы передаются по наследству от родителей или бабушки по материнской линии.

Существует определенный набор и порядок расположения кукол. Обычно их устанавливают на 5-7-ступенчатой полочке, покрытой красной тканью. Минимальный «основной» набор – 15 кукол. На самом верху располагаются восседающие на троне император и императрица. На следующей ступени – 3 фрейлины, подносящие величественным особам сакэ. На ступень ниже – маленький оркестр из 5 музыкантов с барабанами и флейтами. На следующей ступени – 2 стража, один из которых вооружен длинными мечами, а другой – луком и стрелами, а еще ниже – 3 слуги. На 6-й и 7-й ступенях устанавливают миниатюрную игрушечную мебель, посуду, маленькие деревца в кадках, игрушечные фонари, паланкин, в котором возили знатную даму. Помимо 15 обязательных кукол, на полочке могут

располагаться и другие игрушки. Так, например, среди кукол в старинных нарядах в настоящее время можно увидеть популярных киногероев и спортсменов. Праздничную полочку обычно устанавливают накануне Дня кукол, она стоит в течение 3 дней, после чего ее разбирают. В это время ребенок может не только любоваться куклами, но и играть с ними.

Праздник «хина мацури» является своеобразной проверкой, насколько хорошо маленькие девочки усвоили правила гостеприимства и этикета. Они сами приглашают в гости других детей, угощают их и развлекают. 5 мая отмечается праздник мальчиков – «Танго-но». В этот день перед входом в дом, где живут мальчики, на длинных шестах выставляются сделанные из бумаги карпы. Эта рыба за свое умение плыть против течения считается символом мужества, стойкости, умения противостоять превратностям судьбы. Именно эти качества должны стать основными в характере будущих мужчин. Количество бумажных карпов должно соответствовать числу мальчиков в доме, причем старшему предназначается самый большой карп, а младшему – самый маленький. Этот праздник ещё называют Кодомо-но-хи (День детей), но старые названия – Тэнгу-но-сэку или Сёбу-но-сэку, возвращают к традиционному значению праздника в честь мальчиков.

Символические игрушки мальчишеского дня – фигурки воинов и лошадей, ведь воин защитит землю и дом, ну а лошадь в данном случае не только друг воина, но еще и символ самого дня. Танго-но-сэку в буквальном переводе значит Праздник первого дня лошади. Ранее жители Японии приглашали в этот день в дом добрых духов, вывешивая на шестах цветы. Устанавливался талисман от злого духа, выпел с изображением сэки, духа, что изгоняет болезни, над выпелом была изображена маленькая рыбка. Сейчас эти рыбки изрядно выросли, и символизируют мудрость и стойкость. Флаги с карпами вывешивает в этот день каждая семья, в которой есть мальчики, соответственно по количеству флагов можно определить и сколько мальчиков растет в семье. Что касается второго старинного названия праздника – Сёбу-но-сэку, то это День ириса, который символизирует успех и доблесть. Разумеется, этот праздник тоже очень богато украшен, со своими угощениями, традициями и подарками. Кроме того, это официальный выходной.

В настоящее время 5 мая является официальным праздником – Днем ребенка, но по-прежнему в этот день больше внимания уделяется мальчикам. Для них устраиваются соревнования, в которых будущие мужчины демонстрируют свою спортивную подготовку. Предназначение мальчиков – защита семейного очага и своей родины – находит выражение и в игрушках, специально выставляемых на полочку: в основном это воины разных эпох и вооружение.

Все японские праздники направлены на то, чтобы с самых ранних лет воспитывать у ребенка положительные качества. Праздник «хина мацури» развивает умение любоваться и наслаждаться красотой предметов, не превращая их в повседневные игрушки. Следует отметить, что одно из главных отличий японской культуры от европейской заключается именно в этой способности получать истинное наслаждение от окружающего мира, не пытаясь присвоить или преобразовать его. Японцы – эстетически развитая нация; они видят красоту в причудливо уложенных камнях, миниатюрных деревьях, засушенных цветах, молчаливых горах; у них простые быденные предметы могут превращаться в настоящие произведения искусства. Прекрасное входит в жизнь человека с самого раннего возраста и остается в его душе навсегда.

ОСОБЕННОСТИ ПРАЗДНОВАНИЯ НОВОГО ГОДА У КОРЕЙЦЕВ

Нгуен Тхань Хао, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Корея – это страна, где праздники ценят и умеют проводить красиво. Новый год в Южной Корее празднуется дважды – сначала по григорианскому календарю (т.е. в ночь с 31 декабря на 1 января), а затем и по лунному (как правило, в феврале). Но если «западный» Новый год не несет особой символической нагрузки, то традиционный Новый год по лунному календарю в Корее имеет особое значение. Корейский новый год (соллаль, кор. 설날) – один из важнейших праздников у корейцев. Жители страны Утренней Свежести относятся к Новому Году как к празднику начала весны, когда природа начинает готовиться к расцвету и обновлению.

Новый год в Корее начинается с католического Рождества. Как и в Европе, корейцы наряжают елку, а также готовят множество открыток и подарков для родных, близких, друзей и коллег. Стоит отметить, что рождественские торжества в Южной Корее проходят даже ярче, чем календарный Новый год, который празднуется весьма формально. Эти дни воспринимаются, как редкие выходные, нежели, праздничные. Поэтому, все стремятся выбраться в родной город, навестить родителей или просто отдохнуть за городом, например, в горах.

Настоящий же Новый год в Корее наступает по лунному календарю и еще называется «китайским Новым годом». Этот семейный праздник – самый любимый и важный для жителей Страны утренней свежести. Новый год по лунному календарю – это еще и самый продолжительный праздник в Корее. Раньше празднование Нового Года длилось 15 дней: с новолуния до полнолуния. Полная луна обладает

магическим обаянием; тот, кто увидит ее раньше других, будет счастливым, поэтому многие задолго до восхода ночного светила забираются повыше, чтобы быть первыми. К полной луне обращаются с просьбами все, у кого есть сокровенные мечты: бездетные молят о потомстве, одинокие – о спутнике, крестьяне – о богатом урожае, студенты – об экзаменационной удаче.

Однако Новый год по лунному календарю в Корее – это не только семейный, но еще и всенародный праздник. На протяжении праздника в стране проводятся фестивали и гулянья, уличные шествия, традиционные массовые гулянья с костюмированными плясками и маскарадами. С приходом Нового года корейцы уделяют большое внимание тому, какой именно год наступает по Восточному гороскопу, и какое животное является его символом. Издревле считалось, что существует взаимосвязь между животным-символом года и судьбой и характером человека, родившегося в этом году. В современном обществе люди уже не относятся к этому так серьезно, но с приходом Нового года по лунному календарю всё же интересуются тем, что ждёт их в ближайшем будущем. Чтобы наступивший год был счастливым, жилища украшают картинками с изображениями курицы или тигра. Первая должна привлечь к обитателям дома всякие блага, второй – отпугнуть злые силы, настроенные на вредительство.

Накануне праздника Соллаль все члены семьи вместе готовят блюда для проведения церемонии поклонения предкам. Процесс приготовления праздничной еды отнимает много времени и сил, что привело к появлению выражения «праздничный синдром». Такой синдром в Корее бывает в основном у женщин, которым в эти дни приходится особенно нелегко, поскольку они, в отличие от мужчин, всё время проводят на кухне, занимаясь приготовлением пищи. Обычно в первый день Нового года по лунному календарю корейцы встают рано утром и надевают новую одежду «сольбим», подготовленную специально для Соллала. Все, от мала до велика, также надевают парадные традиционные одежды (ханбок). На этот праздник поминают умерших предков, на алтарь «чеса» накрывают ритуальные блюда, проводится церемония поклонения предкам, которая по-корейски именуется «чхаре» и заключается в подношении им пищи и поклонов. Корейцы верят в то, что именно в этот день умершие предки ненадолго возвращаются в земной мир и принимают пищу, специально приготовленную для них. Церемония поклонения проходит следующим образом: на стол ставятся таблички с именами предков и праздничные блюда, затем наполняются бокалы и делаются поклоны.

Все последующие дни после наступления Нового года по лунному календарю в Корее принято навещать родных и близких, поздравлять и преподносить подарки. Вообще, на этот праздник принято веселиться, играть и вкусно питаться. В последнее время в Корее возросло число людей, исповедующих христианство, поэтому во многих семьях церемония поклонения предкам не проводится. Вместо этого люди собираются всей семьей за праздничным столом, общаются и просто проводят время в кругу близких.

По корейским традициям в первый день нового года необходимо исполнять обряд «сэбе» (кор. 세배) – торжественное поклонение родителям и всем страшим. Младшие члены семьи кланяются: сначала – дедушкам и бабушкам, потом – маме с папой, затем – дядям, тетям и проч. Младшие по возрасту члены семьи дети делают поклоны старшим родственникам, кланяются им в пол и желают «сэхэ пок мани падысеё» (새해 복 많이 받으세요; получите много новогодних благословлений). Взамен за каждый поклон старшие члены семьи говорят младшим различные новогодние пожелания удачного года и дарят детям традиционные корейские сладости и деньги. В современной Корее этот обычай особенно нравится детям, которых старшие за поклон всегда одаривают деньгами «сэбэтон».

Главная новогодняя традиция Кореи – праздничный ужин, который принято проводить в кругу семьи. Согласно поверьям, в праздничную ночь за столом присутствуют духи предков, поэтому к нему готовятся очень тщательно и на столе должно быть как можно больше блюд национальной корейской кухни. Поскольку эти блюда предназначены специально для предков, важно, чтобы они были как можно более красивыми и вкусными. В этот день обычно готовится около 20 видов блюд, и их набор может различаться в разных провинциях Кореи. Еда и питье расставлены на нем в четко определенном порядке, в соответствии со сторонами света. Иногда место блюда зависит от его цвета (например, кушанья красного цвета располагаются на восточной стороне стола, а белые – на западной), иногда – в зависимости от очередности поедания (первым при этом идет рис, последним – десерт).

На следующий день принято есть символический новогодний завтрак «ттоккук». Это наваристый говяжий бульон с рисовыми лепешками или клецками и зеленым луком. Корейский обычай гласит: «Того, кто начнет свой Новый год полной тарелкой этого супа, ждет удачный год!». Человек, который закончил миску ттоккука, считается ставшим на год старше. Одна из форм осведомления о возрасте у корейцев – «сколько мисок ттоккука вы съели».

РОЛЬ ТЕХНОПОЛИСОВ В РАЗВИТИИ ЯПОНИИ

Николаева А.М., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Известны высокие позиции Японии в мировой экономике, ее достижения в инновационных отраслях, таких как высокие технологии, робототехника и биомедицина. Немалую роль в этих достижениях сыграла наука. Но наука сама по себе еще не все. Научный потенциал нужно заставить реализоваться. Целью статьи является исследование японского опыта территориальной организации науки.

После поражения во Второй мировой войне Японии пришлось объективно оценить сложившееся положение в мире и переосмыслить ключевые ценности в своем государстве. Необходимо было обеспечить стремительное развитие всех сфер общества для утверждения статуса Японии как значимого государства в мире. Первоначальной целью стало построение демократического общества, а приоритетом экономических реформ была не финансовая стабильность, а подъем производства. И уже с середины 1950-х годов начался бурный экономический рост Японии [1].

Достижения первых послевоенных десятилетий позволили Японии поставить новые стратегические задачи, диктуемые развернувшейся научно-технической революцией. Одним из ответов на «вызовы» НТР стало создание технополисов.

Идея технополисов была выдвинута в одном из докладов Министерства внешней торговли и промышленности Японии, посвященном стратегии на 1980-е гг. Суть идеи – создание таких центров, в которых «под одной крышей» были бы собраны мощные научно-исследовательские структуры и предприятия передовых, «чистых» отраслей. Правительство одобрило и обнародовало концепцию «Технополис» («технология» и «город»).

Основными целями создания технополисов были:

1. Ускорение перестройки всей экономики страны. Те отрасли, которые сыграли важную роль в экономическом развитии Японии в 1960-х гг., (тяжелое машиностроение, металлургия, химическая промышленность), переживали глубокий застой. Кроме того, росла конкуренция со стороны других государств. Нужна была промышленность, отвечающая современным требованиям: наукоемкая, прибыльная, не загрязняющая среду обитания. Был выбран путь на производство оптических волокон, интегральных схем, авиационной и космической техники, медицинской электроники, промышленных роботов, компьютеров, информационных систем, «новой керамики», новых металлов, биотехнологий, точного машиностроения и программно-запоминающих устройств [2].

2. Более равномерное распределение предприятий на территории с целью оживления экономической жизни, повышения технологического уровня местной промышленности, увеличения числа рабочих мест в бедствующих префектурах. К тому времени в Японии были сформированы три крупнейших мегаполиса (Токио – Йокогама – Кавасаки, Осака – Кобе, Нагоя), в которых сконцентрировалось основные промышленные объекты, половина банковских вкладов, значительная часть населения. Это привело к серьезным экологическим проблемам и замедлению развития окраинных территорий [2]. То есть четко обозначились территориальные диспропорции в распределении экономического потенциала страны. Концепция предполагала смягчение этой ситуации, оживление экономической жизни во всех префектурах, в том числе и бедствующих.

После обсуждения и одобрения концепции Министерство внешней торговли и промышленности объявило конкурс на создание технополисов. По условиям конкурса соискателями могли быть префектуры, которым следовало доказать, что их научные центры в состоянии стать инкубаторами идей для инновационного развития [3]. Изобилие заявок от префектур заставило министерство конкретизировать характеристики создаваемых технополисов.

Были определены следующие требования к технополисам.

- Каждый технополис должен состоять из крупных предприятий нескольких передовых отраслей промышленности, группы из нескольких государственных или частных университетов, научно-исследовательских институтов и лабораторий и жилой зоны с современными домами и развитыми культурными, спортивными и торговыми центрами.
- Размеры технополиса не должны превышать 500 квадратных миль.
- Близость технополиса к аэропорту, в том числе к международному, или к станции скоростной железной дороги.
- Наличие современной информационной сети [4].

В 1983-1984 годах были утверждены проекты 14 технополисов, а затем их число было доведено до 26 [5].

В 1990 г завершился первый этап реализации программы «Технополис». За первые 10 лет были сделаны первые шаги: заложены элементы новой научно-производственной и информационной инфраструктуры. Построены исследовательские центры высоких технологий, высокоуровневые информационные системы и активизировались научные разработки, созданы местные фонды развития технополисов.

В настоящее время в Японии насчитывается 19 технополисов. Важно обратить внимание на географию созданных технополисов. Они появились почти во всех экономических районах, в том числе действительно периферийных (Тохоку, Кюсю) [5].

Все технополисы имеют свою специализацию в Хакодате это производство средств освоения океана, в Акиете – электроника, мекатроника, производство новых материалов, в Нагаоке – производство перспективных технических систем, индустрия дизайна, в Уцуноми – электроника, тонкая химическая технология, в Хамамацу – оптоэлектроника, в Тояме – биотехнология, информатика, в Кумамото – производство машин прикладного назначения, информационных систем и т.д. [5]. Некоторые префектуры поменяли свою специализацию. Так, например, остров Кюсю, известный ранее добычей угля и металлургией, сельским хозяйством и рыболовством, уже в 1970-е года постепенно стал средоточием наукоемких производств – в первую очередь полупроводников, интегральных схем. Комитет «Технополис» отобрал здесь места для создания шести технополисов. Не случайно Кюсю стали называть Силиконовым островом.

В связи с тем, что технополис – форма свободной экономической зоны, фирмы и научно-исследовательские учреждения, которые хотят обосноваться на территории технополиса, имеют весьма ощутимые финансовые льготы. Такие как освобождение от местных налогов, продажа земли по сниженным ценам и предоставление низкопроцентных кредитов, компенсация убытков, система ускоренной амортизации [6]. Более того, эти льготы распространяются как на японских, так и на иностранных вкладчиков, инвесторов, что позволяет привлекать иностранные фирмы, удерживающие технологическое первенство в передовых отраслях промышленности и перенимать их опыт. Японская модель подразумевает активное государственное участие в планировании, финансировании и развитии технополисов. Типичные источники финансирования технополисов в Японии таковы: 30% – государственное финансирование, 30% – муниципалитеты, 30% – предприятия и частные лица, 10% – иностранные инвесторы [3].

Во многом благодаря технополисам инновационный потенциал Японии используется в пределах 85% [7]. Технополисы стали локомотивами инновационного развития экономики, важнейшим фактором сглаживания территориальных диспропорций в них.

Современная Япония – высокоразвитая страна, занимающая лидерские позиции во многих наукоемких отраслях. Задуманная поначалу как эксперимент незначительного масштаба идея создания технополисов получила широкую поддержку «большого бизнеса». Крупные корпорации — Honda, Toyota, Mitsubishi, Hitachi — уделяют значительное внимание научным исследованиям, позволяющим создавать новые технологии и продукты. Например, Honda участвует в разработке нового поколения гуманоидных роботов и проводит исследования по созданию нейрокомпьютеров. В корпорациях, конечно, есть своя прикладная наука, но и она опирается на фундаментальные исследования, поэтому корпорации либо прямо финансируют научные лаборатории, либо выделяют специальные гранты на конкурсной основе [8].

Японские автомобили считаются самыми надежными и продвинутыми в техническом плане, примером служит одни из последних разработок, воплощенных в жизнь концерном Toyota, автомобили Lexus, Prius. Сделан огромный прорыв в биотехнологиях благодаря технополису в Тояме. Япония – страна роботов, большую часть финансирования разработок и производства взяли на себя крупнейшие электротехнические корпорации Fanuc Ltd., Yaskawa Electric Corp., Fuji Machine Mfg. Co., Toshiba Machines Co., Okuma Corp., Mori Seiki Co., Makino Milling Machines Co., Hitachi Seiki Co [9]. Европейским и американским странам едва ли угнаться за темпами и уровнем развития этой отрасли. Япония и не думает останавливаться в своем развитии, темпы просто поражают, многим странам стоило бы задуматься об успехах этой страны и принять на вооружение уже отработанную модель технополисов.

Список использованных источников и литературы

1. Сириус частное конструкторское бюро [электронный ресурс] – URL: <http://kb-sirius.com/stati-a/stati-ekon-002.html>
2. Geography.su Географо-этнографический справочник [электронный ресурс] – URL: <http://geography.su/books/item/f00/s00/z0000043/st028.shtml>
1. 3.Электронная библиотека «Экономика и управление на предприятиях» [электронный ресурс] – URL: <http://eup.ru/Documents/2006-07-01/3ECE2-4.asp>
3. DebtExpert [электронный ресурс] – URL: <http://www.debtexpert.ru/debts-61-4.html>
4. Максаковский В.П., Географическая картина мира. Книга II. Региональная характеристика мира, 2008 [электронный ресурс] – URL: <http://xn----8sbbbrdsaropink3atd6e.xn--p1ai/mirovaya-geografiya/yaponskie-tehnopolisy-39398.html>
7. Коллекция рефератов Otherreferats [электронный ресурс] – URL: http://otherreferats.allbest.ru/international/00173746_0.html
8. Технополисная концепция развития экономики [электронный ресурс] – URL: <http://ref.rushkolnik.ru/v56169/?page=2>
9. Япония [электронный ресурс] – URL: <http://japanrai.com/science>

ХУННУ И КИТАЙ. ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭТНОСОВ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ЛЬВА НИКОЛАЕВИЧА ГУМИЛЕВА

Сметанникова Т.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Земля – это дом для миллиардов людей и все мы живем одной большой семьей. Человек не одинок, он объединен с другими людьми невидимыми нитями. Сплетение этих нитей, становится основой для возникновения сначала семьи, потом рода, а затем народа и этноса. Изучение проблем этногенеза позволяет понять процессы взаимовлияния народов и то, как они проявляются в культуре, обычаях и традициях народов мира.

Почему человек не может жить вне этноса, не принадлежать к определенному народу? Накопленные учеными факты и знания, легли в основу такой науки как этнология. Она выделяет сходства и отличия культуры каждого народа, демонстрируя нам, что все на Земле взаимосвязано.

Особую популярность этнология приобрела в последние десятилетия. Это связано с углублением процессов глобализации, расширением контактов государств, формированием мировой политической системы, углублением межнациональных экономических и социальных отношений.

Современный Китай это стремительно развивающееся государство. Актуальность изучения этнического взаимодействия хунну и китайцев в современном мире обуславливается тем, что влияние кочевой культуры хунну на земледельческое общество Китая было колоссальным.

Для мирного сосуществования в условиях тесных контактов следует изучать и следовать традициям народов. Этнология включает в себя систему методов исследования образцов человеческого поведения, рассматривает особенности народов, изучает их взаимовлияние друг на друга, находит сходства и различия.

Занимаясь изучением этнической проблемы Хунну и Китая, можно условно разделить это взаимодействие на несколько периодов. Основой для данной периодизации служат изменения отношений империй Хунну и Китая. Периодизация исторического взаимодействия подчеркивает ту этническую разницу, которая наблюдается у жителей Китая и империи Хунну, тем самым демонстрируя, что даже у самых непохожих этносов есть общие черты.

О существовании народа хунну впервые стало известно из китайских источников. Основателем «хуннологии» можно считать гениального автора «Исторических записок» Сыма Цяня, жившего во II в. до н.э. Так же огромный вклад в развитие представлений современности о таком народе как хунну, сыграли работы Л. Н. Гумилева, написавшего две монографии посвященные изучению хуннского народа: «История хунну в Китае» и «Хунну», которые представляют всеохватывающий материал по данному этносу.

Целью статьи – дать характеристику факторов этнического взаимодействия Хунну и Китая, рассмотреть понятие этноса в рамках концепции Л.Н. Гумилева, Поэтому были выделены следующие задачи: отобразить историю контактов хунну и китайцев, выявить этнические особенности хунну и китайцев и найти общие черты взаимовлияния этнических культур двух народов.

После того, как Китай стал одним из экономических «чудес мира», интерес к нему возрос как в экономической, политической, так и в культурной и исторической сферах. Именно это стало одной из главных причин того, почему в данной работе основное внимание сконцентрировано на истории Китая и Хунну с точки зрения этногенеза. Это взаимовлияние не могло не оставить след в традициях, обычаях и взглядах китайцев на окружающий мир. Возможно, современный китаец, соблюдая обычай предков, сам того не зная, отдает дань традиции пришедшей с севера от великих кочевников – хунну.

Интерес к понятию «этничность» вызван во многих дисциплинах различными исследователями, особенно интерес возрос в последние десятилетия XX века. Выделяют два основных подхода к толкованию понятия «этничность». В узком смысле этничность – это форма социальной идентичности, отождествления с этнической группой. В широком значении – это все, что отличает один этнос от другого, его историко-культурное своеобразие, условно говоря, «портрет» этноса.

В своем труде Л. Н. Гумилев выделяет определение этноса – как естественно сложившегося на основе оригинального стереотипа поведения коллектива людей, существующего как энергетическая система (структура), противопоставляющая себя всем другим таким же коллективам, исходя из ощущения комплементарности [3].

Началом существования этноса считается та точка, когда народ по принципу комплементарности начинает относить себя к определенной группе людей. В процессе развития группы увеличиваются в размере, некоторые из них поддерживают мирные отношения, некоторые враждуют, некоторые смешиваются, а некоторые существуют параллельно, совершенно не взаимодействуя. Чем же объясняется такая разница в этническом поведении? Л. Н. Гумилев дает свое объяснение этим процессам – одинаковые этнические поля или поля с кратной частотой вибраций, как известно из физики

электромагнитных полей, резонируют, т.е. получается положительная комплементарность – симпатия, не кратные этнические поля приводят этносы к антипатии или к отрицательной комплементарности. Таким образом, мы видим, что энергия людей, объединенных в этнос, непосредственно влияет на дальнейшее развитие и историю целого региона.

Согласно китайской исторической традиции хунны формировались на базе смешения китайских эмигрантов и степных кочевых племен. Формирование такого народа как хунны приходится на X век до н.э. – период ожесточенных войн в Китае. В состав этого народа вошли жители, примыкающих к южной окраине Гоби степей, племена хяньюнь и хуньюй, к которым, в свою очередь, присоединились китайские эмигранты. За период долгого пребывания в пустыне и на территории Сибири хунны окрепли.

Парадокс заключается в том, что Китай, находящийся на обширной плодородной территории с несколькими династическими поколениями, богатой культурой и развитой традицией, пришел в трепет при виде мощи такого молодого этноса как хунны. Это можно проследить в последующем строительстве Великой Китайской стены и многих литературных памятниках Китая.

К III в. до н.э. происходило начало сложения хуннских народов в единую державу. С периода правления династии Хань начинается новый виток этнического взаимодействия хунну и китайцев. Основателем державы хунну считается жестокий и сильный правитель Моде. Начинается подъем военного воспитания среди мужского населения хунну. Благодаря личности и взглядам самого Моде, сменилась система ценностей кочевников. Роль Моде в истории хунну служит ярким примером роли пассионариев и их влияния на течение истории этноса, его мобильность.

После завершения формирования своей империи Моде впервые за многие годы направил свои войска в сторону северных границ Китая. Итогом этой войны стало признание империи Хунну и Китая двумя равнозначными государствами. 152 год до н.э. стал кульминационным пунктом хуннского могущества над Китаем. Война Хунну с Китаем династии Хань приняла затяжной характер. Китай расширил свои контакты с племенами степи, занимавшими нейтралитет в противостоянии двух империй, на юг в плодородные и влажные территории, а так же историки упоминаю о первых контактах с праевропейскими территориями. В это время в империи Хунну началась междоусобица, приводившая к дворцовым переворотам.

Следующий этап в истории хуннской государственности было разделение на северное и южное Хунну. Кочевники были доведены до отчаяния. Главным последним ударом для Хунну стали отнюдь не войны с Китаем, а молниеносное нашествие молодого этноса сяньби. Таким образом, Хунну повторило историю Китая. Как когда то молодой этнос хунну приводил в трепет китайскую армию, так теперь сами хунну пали.

На первой стадии генезиса хунну как этноса, согласно теории Л.Н. Гумилева, можно выделить один из факторов комплементарности хунну – недовольство новой династией в Китае и борьбу с непривычными степными условиями новой территории проживания. Они придерживались культа оружия. Кочевые набеги были тем способом обогащения, за счет которого покрывался недостаток благоприятных климатических условий. Таким образом, достаточно рано появляются излишки, что ведет к расслоению родовой общины.

Энергетика этих этносов Хунну и Китая, несмотря на родственность происхождения, была различна, но тем не менее они, по мнению Л.Н. Гумилева, к счастью, были комплементарны. У Хунну было своеобразное отношение к женщине, что сближало его с Китаем. Женщина занимала особое положение и могла активно принимать участие в принятии политических и экономических решений. Стоит учитывать, что этнос Хань уже имел долгую историю развития, а в такой ситуации, культура крепчает и становится менее подвержена изменениям, принесенным из других, более молодых, культур. Это определяет ход этнического взаимодействия империй Хунну и Китая. Когда эти два этноса столкнулись территориально, то на первых этапах происходили взаимодействия определившие ход истории отношений Хунну и Китая. Первые, выступали как культурный приемник второго, а второй, развивался под натиском первого. Практически все время «соседского» существования между хунну и китайцами шли военные действия разных масштабов.

Главная проблема таких бурных военных действий связана с тем, что у них изначально не совпадают стадии «ощущения времени». Хунну предстает перед Китаем, как ново сформировавшийся этнос, с большим количеством нерастроченной энергии.

Уже на первых этапах формирования государственности хунну прослеживается заимствование системы китайской империи. Со временем во главе государства встал шаньюй, китайские историки приравнивают титул вана (императора) и шаньюя. Так же наблюдается обожествление происхождения правящих династий и что-то подобное «Мандату Неба» в культуре Хунну. Как и император в Китае, шаньюй совершал многие религиозно-значимые обряды. К примеру ежедневно шаньюй дважды совершал поклонение: утром – восходящему солнцу, вечером – луне, прося у этих небесных светил всех благ для своего народа. Правящая элита хунну во многом зависела от Китая в том, что она буквально была наполнена либо политическими перебежчиками из Китая, либо евнухами, которые насильно засылались императором на территорию Хунну и «оседали» там в правящей элите. Что касается хозяйственной деятельности и обыденной жизни, то хунну ничего не препятствовало им жениться на китайках, как и наоборот. Это приводило к созданию межэтнических семей. Появление колесниц

пришедших из Китая изменило тип передвижения знати хунну. Это указало на расслоение в составе войска.

Парадокс этнических контактов Хунну и Китая заключается в том, что хотя на первых этапах своего развития Хунну почти удалось покорить Китай, но в дальнейшем, без особых усилий Китая, хунну погибли как самостоятельно существующий этнос. Сила этноса – его культура традиции и обычаи, теряя и забывая их, этнос лишается своего стержня, что неминуемо приведет его или к исчезновению или к покорению.

Список использованных источников и литературы

1. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли /Под ред. доктора геогр. наук, профессора В.С. Жекулина. – Л.: Издательство ЛГУ, 1989. – 496 с.
2. Гумилев Л.Н. Хунно-китайская война III – II вв. до н.э. // Древний мир: Сборник статей в честь академика В.В. Струве. – М., 1962.
3. Изменение климата и миграции кочевников // Гумилев Л.Н. Ритмы Евразии: эпохи и цивилизации. – М.: Экспресс, 1993.
4. <http://uadocs.exdat.com/docs/index-181114.html?page=3>

КОНЦЕПТ «РАЗВИТИЕ» В КИТАЙСКОМ ТРАДИЦИОННОМ СОЗНАНИИ

Сущенко О.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В своей статье мне бы хотелось рассмотреть, каким образом в китайском народном сознании сочетаются концепции гармонии, развития и переразвития. Чтобы проследить взаимосвязь между этими понятиями, рассмотрим значение слов по отдельности, а также сравним их значение в русском и китайском языках. В итоге мы сможем сделать вывод об отношении китайской нации к прогрессу и развитию.

Ядро китайской культуры, её жизненный нерв часто определяют как приверженность идее совместной и гармоничной жизни людей. Любой китаец на вопрос о том, что для китайцев есть высшая ценность, не задумываясь, ответит: согласие, или гармония (хэ) между людьми. А если перенапрячься, то происходит переразвитие – нарушается эта гармония. В таком случае можно стать «возгордившимся драконом». Этот символ в китайской философии обозначает человека, который перенапрягся, возгордился, у него произошло нарушение физического плана [1].

Предание гласит, что Конфуций, достигнув непревзойденных высот образованности и ума, стал «жить в праздности». Еще прежде Конфуция родоначальник даосизма Лао-цзы проповедовал «недеяние». Эти величайшие мудрецы Китая задали тон всей китайской традиции, которая превыше всего ценила не знание, не умение, даже не творчество, а просто – если это просто – здоровое и радостное самочувствие жизни. Китайский мудрец культивирует самую вольную духовную аскезу. Китайский мудрец «покоен в бедности». Более того: чем он «беднее духом», чем свободнее от всего, что наполняет сознание, тем больше способен вместить в себя, тем больше в его душе покоя – этого неперемного условия настоящей радости. Вот почему праздность ценилась учеными людьми старого Китая: она противоположна суете и обремененности вещами и помыслами [2].

Попробуем найти этому доказательства в китайском языке. Рассмотрим значение слова «гармония» (和). В китайском языке оно означает умеренность; способность жить в мире, наслаждаться покоем, гармонизировать с окружающим миром. Также есть такое понятие как «和谐», что в переводе означает «гармонический», а в переносном смысле – «жить в дружбе и согласии» (обычно о супругах). В китайском языке также существует много пословиц, отображающих отношение к гармонии. К примеру, «не нарушайте мира, не портите дружбу» (不要傷了和气). Еще часто в речи употребляют такое словосочетание как «心平气和», что переводится как «тихо-мирно, спокойно и с выдержкой». Таким образом, мы видим, что гармония действительно очень важна для китайцев и они всегда стараются поддерживать дружескую и теплую атмосферу в семейном и дружеском кругу. Также одно из значений слова «гармония» это – не склонный к крайностям, умеренный (например, в сочетании «温和») [3]. Отсюда можно перейти к понятию «переразвития».

Постараемся на примере китайских фразеологизмов рассмотреть концепт «переразвития». Существует масса чэньюев (китайских фразеологизмов) на эту тему, но мы коснемся лишь самых основных. Очень интересна история фразеологизма «пририсовать змее ноги» (画蛇添足). В переносном смысле означает «сделать лишнее, переборщить, перестараться». Нашим русским аналогом может послужить «пятое колесо в телеге», либо «как собаке пятая нога» – то есть сделать что-то лишнее, ненужное. Еще один чэньюй – 拔苗助长 (досл.) «тянуть ростки, помогая им расти», что означает «переусердствовать, погубить дело своей торопливостью». Также можно привести такой фразеологизм: «курят фимиам, устроить пожар» (烧香失了火). Переводится как «исправляя ошибки, перегнуть палку»;

переборщить». Наконец, последний чэньюй – «бить в деревянный колокол» (撞(打)木钟), или «напрасно трудиться, стараться впустую» [3].

А существует ли в китайской культуре такое понятие, как «развитие»? Несомненно, в языке оно есть. К примеру, «发展» – что означает развивать, расширять, увеличиваться (в редких случаях – расширить ряды партии); или «进步» – прогресс (в науке, технике), в разговорном – изменение в лучшую сторону, успех [4]. Мы видим, что эти понятия больше подразумевают под собой какие-либо изменения в экономической, политической, либо технической сфере. Что касается культуры – в этом смысле их обычно не употребляют. Теперь рассмотрим те же понятия и их значение в русском языке.

Гармония — лад, слаженность, у древних «согласие разногласного». Гармония – согласованность, стройность в сочетании чего-либо. [6] Гераклит видел гармонию мира в его внутренне напряженном диалектическом единстве. Он говорил: «Расходящееся сходится, и из различного образуется прекраснейшая гармония, и все возникает через вражду».

Развитие – существенное, необходимое движение, изменение чего-либо во времени [6]. Мы видим, что развитие воспринимается даже как что-то «необходимое», без этого немислимо движение вперед.

Прогресс (лат. progressus – движение вперед, успех) – направление развития от низшего к высшему, поступательное движение вперед, к лучшему. В основном это понятие понимается как движение вперед, основанное на высших научно-технических достижениях.

Таким образом, проведенный нами анализ заставляет задуматься: есть ли вообще в китайском сознании такое понятие, как «развитие»? Скорее, более уместно здесь говорить о гармоничном существовании духа, о постепенной и неторопливой реализации себя и своих способностей.

В средние века на Западе было принято считать Восток обществом статики, даже в какой-то мере – застоя. Восток воспринимался отсталым и неразвитым. В Новое время на Западе происходили такие процессы, как индустриализация, модернизация, либерализация, в то время как на Востоке традиционные и духовные ценности преобладали над технологиями. Но все это только взгляд Запада. Настоящее же показывает, что Восток вполне успешен, в том числе и в экономическом плане – так стоит задуматься, не благодаря ли своим ценностям он обрел такое положение в нынешнем мире?

Прогресс не является приоритетом в менталитете китайцев. Гораздо важнее для них – гармония. Перенапрягшись, человек рискует нарушить свой физический план. Можно сделать вывод, что гармония во многом способствует процветанию китайской нации.

Также это явление находит свое отражение и в экономике. Китай столкнулся такой проблемой, как «перегрев» экономики – ситуация, при которой темпы экономического роста приобретают взрывной неподконтрольный характер и, поглотив все ресурсы частного и государственного сектора, близко подходят к черте, при которой дальнейший устойчивый рост исчерпывает себя и заканчивается рецессией. В 2012 году рост ВВП впервые за последние десять лет опустился до 7,6% (еще недавно был на уровне 11%) [7]. Современное руководство КПК негативно относится к этой проблеме. Власти КНР всячески стараются приостановить перегрев экономики. То есть руководители КНР стремятся к сокращению этого прироста, так как «перегрев» может привести к вероятности кризиса. В этом также проявляется концепция развития и переразвития.

Список использованных источников и литературы

1. Щуцкий Ю.К. Китайская классическая «Книга перемен». – М.: Восточная литература, 1997.
2. Малявин В.В. Китайская цивилизация. – М.: Астрель, 2001.
3. Ву Вэньчжи. Иллюстрированный сборник чэньюев на китайском языке – Шанхай, 2010.
4. Баранова З.И., Котов А.В., Большой русско-китайский словарь – URL: <http://www.zhonga.ru/>
5. БКРС (Большой китайско-русский словарь) – URL: <http://bkrs.info/>
6. Кузнецов В.Г. Словарь философских терминов. – М: Инфра-М, 2010.
7. BBC: Русская служба – URL: http://www.bbc.co.uk/russian/business/2012/07/120713_china_growth_slows.shtml

ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНЫХ СТРАН И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ УРБАНИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ШАНХАЯ

Тюрина А.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Сегодня Шанхай – это крупнейший мировой мегаполис, в котором проживает около 19 миллионов человек. Шанхай в меньшей степени город промышленных производств и в большей степени город, осуществляющий функцию координации и управления промышленным производством и торговлей. Это – один из крупнейших в Азии финансовых центров: здесь работает одна из самых влиятельных фондовых бирж, держат свои штаб-квартиры и представительства крупнейшие китайские и зарубежные банки [1].

Актуальность исследования обусловлена необходимостью выяснить роль Запада в формировании Шанхая как важнейшего урбанистического центра Китая, а также выявить внутренние предпосылки появления Шанхая как прогрессивной экономической зоны.

Малочисленные исторические и мемуарные исследования не позволяют однозначно утверждать, что в большей степени предопределило бурный рост Шанхая как экономического супергорода – западное влияние или национальные процессы развития. Основными источниками, используемыми в данной работе, являются статьи, монографии по истории и культуре Китая, статьи иностранных журналов и газет, а также интернет-ресурсы.

Такие исследования, как «История Китая» Ч. Фицджеральда [2] или «Опиумные войны» А.М. Бутакова и А.Е. Тизенгаусена [3], позволяют получить лишь некоторые общие сведения об экономической ситуации в Китае, отдельных международных договорах, которые были либо подписаны в Шанхае, либо город в них фигурировал. Такие статьи, как «Социологическое исследование Макса Вебера о городе» А.И. Неусыхина [4], способствовали более глубокому пониманию методологии М. Вебера, использованной в нашей работе.

В статьях журналов «Вокруг Света» [5], «Journal of Modern Chinese History», «Tales of old Shanghai» [6], посвящённых истории Шанхая, была почерпнута информация о значимых для Шанхая событиях, происходивших в истории города; при этом доминирующим методом изложения являлся информационный, но не аналитический.

Если говорить об интернет-источниках, то самыми значительными являются сайт Шанхайского правительства, где представлена Энциклопедия города Шанхай [7], содержащая информацию о важнейших событиях городской жизни в хронологической последовательности, а также сайт Русского общества в Шанхае [8], где размещены статьи газетной и журнальной периодики, в частности, очерки исследователя Г.Г. Сюннерберга [8], жившего и работавшего в Шанхае.

Цель статьи – на основе изучения социокультурных, политических, экономических процессов, происходивших в Шанхае на протяжении времени формирования его городской среды, определить степень влияния западных сил и роль внутренних предпосылок на процесс развития Шанхая как китайского мегаполиса.

Точное время основания Шанхая установить довольно трудно, но было это, как утверждает автор статьи из журнала «100 городов» [9], ссылаясь на исследователя истории города Г.Г. Сюннерберга, еще до Рождества Христова. О происхождении названия города существует множество разных легенд и версий. Так, например, одна из них гласит, что около 300 года до нашей эры на месте нынешнего Шанхая были два рыбацких поселка, один из которых так и назывался – «Шанхай», так как он располагался выше по течению реки Хуанпу: «Шан» (上) означает верх, «хай» – море. Второй поселок назывался «Сяхай», иероглиф «ся» (下) означает «низ» [9]. Город имел и другое название – «Ху», произошедшее от бамбукового приспособления, которым пользовались китайцы для ловли рыбы [9].

В начале XII века восточное морское побережье уезда уже было важным торгово-экономическим центром, о чём свидетельствуют хроники [9]. Отмечено, что в 1119 году посёлок Цинлун, находившийся севернее уездного центра на южном берегу реки Сунцзян (сейчас это место находится внутри района Хуанпу), был заметным торговым центром, основным товаром которого являлась соль, добываемая здесь же.

С течением времени река Сунцзян в верховьях обмелела, судоходство по ней стало затруднительным, и Цинлун пришёл в упадок, а центр торговли переместился на 70 км ниже по течению, в небольшую рыбацкую деревушку, находившуюся в устье впадающей в море реки. В результате благоприятных для неё изменений небольшая деревня в 1267 году была официально преобразована в посёлок Шанхай [9].

Кроме того, за счет присоединения примерно в это же время к округу Шанхай небольших суб-городков на северо-востоке Хуатхин, происходит последовательное расширение шанхайской территории [9].

В 1278 г. округ Хуатхин был преобразован в префектуру Сунцзян: В Шанхае открылось учреждение, которое по аналогии с современными институтами государственного регулирования и управления можно считать средневековым Министерством иностранных дел, судоходства и торговли. Кроме того, в это же время в Шанхае была учреждена таможенная станция. Примерно тогда же в городе появились и первые иностранные суда, возбудившие огромный интерес у китайцев. Иностранцы, которых стали называть «морскими выходцами», привозили в Китай самые разнообразные товары, но китайцы не оценили их, так как они были мало пригодны для их быта. Думается, что при таком отношении местного населения первые шаги европейских купцов в Шанхае были нелегкими.

Став ведущим центром торговли на побережье, город быстро богател. Однако это обстоятельство имело для него и отрицательные последствия: место большого товарно – денежного оборота привлекло внимание морских пиратов. Как свидетельствуют историки, жители Шанхая оказались не только дельными торговцами, но и храбрыми воинами, отбивая все атаки непрошенных гостей без особого ущерба для города [10].

В 1295 году, после длительного отсутствия, в Шанхай возвращается Хуан Дапо – легендарная китайская ткачиха, благодаря которой китайская нация узнала секрет производства хлопковых тканей. Это событие оказалось настолько значимым для китайского народа и, особенно, для Шанхая, что было отмечено в энциклопедии о городе [11].

После возвращения Хуан Дапо в Шанхай наблюдается небывалый по интенсивности и объёмам производимой продукции рост китайской текстильной промышленности [11].

Со временем нападения морских грабителей становились все настойчивее, и шанхайцы решили выстроить вокруг города стену. Это произошло в 1553г. Именно с этого времени Шанхай получил официальный статус города [7].

«Предурбанистическая» история Шанхая позволяет утверждать, что предпосылки для экономического роста и развития того или иного региона или населённого пункта, в нашем случае города, складываются еще до его образования. Они проявляются в экономических, геополитических, этнокультурных и иных особенностях, которые позднее учитываются при типологизации урбанистических центров мира. Одной из наиболее известных является типологизация городов, предложенная Максом Вебером [12].

Представляется, что в разные периоды времени Шанхай тяготел к различным моделям города. Сравнительно небольшой промежуток времени «молодой» Шанхай являлся городом промышленным, свидетельством чему являлись солеварение и рыболовный промысел, продукты которых, скорее всего, были самыми первыми товарами для продажи, а также ткачество, продукция от которого распространялась по всему Китаю.

Позже, после открытия таможни в городе, четко обозначились признаки, по которым можно говорить о Шанхае как о торговом городе. Предположительно Шанхай просуществовал в статусе торгового города вплоть до середины XIX века, после чего «город торговый» вновь приобретает черты «города промышленного», сочетая в себе характерные особенности и того, и другого типа.

В эпоху Мин города стали центрами ремесла и торговли, хотя все еще основным являлся ручной труд [13.С.28]. Тем не менее, в XVI веке Шанхай стал национальным центром текстильной промышленности Китая. В 1685 году правительство династии Цин вновь открыло таможню в Шанхае, что позволило западному миру интенсифицировать контакты с Китаем. Следует отметить, что и в XVII веке Китай неохотно контактировал с внешним миром.

На раннем этапе развития отношений с Западом торговый баланс складывался в пользу Китая, благодаря чему его влияние во внешней политике было достаточно высоким.

В XVII – XIX вв. торговые отношения с Китаем были возможны только через города Кантон и Макао, вплоть до 1830г., к тому же единственным товаром, которым разрешалось торговать европейцам, было серебро. Однако вскоре предприимчивые коммерсанты увидели все выгоды, которые им сулила торговля через Шанхай. В 1756 году некто Пигу, один из членов Ост-Индской компании, предложил устроить в Шанхае товарный склад, но предложение его не было поддержано.

На наш взгляд, именно из-за отсутствия прочных постоянных торговых связей с западными странами об этом периоде истории Шанхая (16-18вв.) мало что известно.

Следующим важным этапом в историографии Шанхая являются свидетельства об опиумных войнах 19 века, окончание которых коренным образом изменило статус города.

С 1840 по 1842 гг. продолжалась первая опиумная война, которая закончилась 29 августа 1842 г. подписанием мирного договора в Нанкине на определенных условиях. Среди прочего, открыт для иностранной торговли и портовый город Шанхай.

Итак, после открытия для иностранной торговли Шанхай стал фактически торговой факторией Британии и других западных государств. 29 ноября 1845 года Гон Мудзиу выдано «Положение о Шанхайской Земле с отделением британской концессии». В городе возникли крупные селтльменты, кварталы для иностранцев, пользующиеся экстерриториальностью. Китайцы в них допускались только при наличии пропуска.

Главный из селтльментов, Британский, вырос на набережной Хуанпу. Вскоре поблизости разместились американский и французский селтльменты, и в 1854 году для управления тремя селтльментами был создан объединённый Муниципальный совет. В 1862 году Шанхайская французская концессия решила, что лучше существовать независимо, а британский и американский селтльменты в следующем году формально объединились в Шанхайский международный селтльмент. Районы Шанхая, где жили иностранцы, имели вполне европейский вид. Коренное же население ютилось в тесных бараках. Так началась история города Шанхая западного образца.

Однако в это время случилось новое потрясение для всего Китая – Тайпинское восстание. В Шанхае после этих событий было снято ограничение на поселение китайцев в районах для иностранцев, что можно отнести к положительным результатам. Но вследствие этого цена на землю здесь существенно выросла, поэтому, несмотря на снятие ограничений, ситуация фактически не изменилась:

китайцы по-прежнему жили в маленьких, очень бедных домах, поскольку подавляющая часть населения просто не могла позволить себе купить недвижимость в этих районах.

После всех этих потрясений экономика Китая, конечно, была подорвана, но на тех территориях, где господствовали иностранные селтльменты, она очень быстро восстанавливалась. Шанхай, фактически перейдя под управление западных стран, начал стремительно меняться, как политически, так и экономически.

В 1864 году открылась компания Шанхай Газ и Ко – первая газовая компания в Китае. В 1865 году в Шанхае появилось отделение HSBC (The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited), **банка**, который занимался финансированием набирающей темпы торговли между Европой, Индией и Китаем, что способствовало их экономической интеграции друг с другом.

К новшествам, привнесенным в Шанхай иностранцами, можно отнести и прокладку телеграфного кабеля между Шанхаем и Гонконгом в 1871г., и открытие в 1873г. China Merchants Steam Navigation Company Ltd. Кроме того, именно благодаря иностранным технологиям и иностранным инвестициям была построена знаменитая набережная Вайтань (или Бунд), которая в то время сыграла значительную роль в восстановлении экономики и развитии западного бизнеса в Шанхае.

При участии западных стран была построена железная дорога Удун – Шанхай. В 60-е годы 19 века Шанхай служил перегрузочным пунктом для отправки чая в Россию. В 1896 г. в Шанхае уже было открыто штатное Русское Генеральное Консульство, а в 1898 г. – Русская Почтовая Контора. Вскоре открылось отделение Русско-Китайского банка.

Таким образом, мы можем констатировать, что практически всего за одно столетие Шанхай укрепил свой статус «города торгового». После Опиумных войн, восстаний город был открыт для представителей западных стран.

Говоря о западном влиянии на развитие Шанхая, нельзя отрицать, что оно в то время было колоссальным, Западные страны привнесли свою культуру и быт в город, до этого не знавший и не видевший ничего подобного.

Развитию Шанхая способствовало и коренное население. С момента первых поселений на территории будущего мегаполиса местные жители осознавали стратегическую значимость выбранного географического местоположения: рыбный промысел позволял наладить товарообмен и торговлю с соседями, портовое поселение имело преимущество в виде морского сообщения с дальними соседями, что способствовало развитию торговых международных отношений, благодаря пассионарности отдельных жителей Шанхай сравнительно рано наладил ремесленное производство, способствуя тем самым расширению торговых контактов и привлечению значительных средств. Постепенно город разрастался, международная торговля, хотя и в ограниченном виде (как в случае с Россией), развивалась. В 1881г. китайцем Хуангом Цзуотсином была открыта Ewo Silk Filature, что являлось немаловажным, так как именно производство шелка всегда ценилось в Китае и за рубежом.

Таким образом, пройдя путь от «города производителей» до «города торгового», Шанхай в начале XX века трансформировался в урбанистическое образование смешанного типа.

Анализ исторических и мемуарных источников позволяет высказать предположение: если «западное влияние» в XIX веке безусловно способствовало бурному росту Шанхая, то процесс урбанизации на ранних этапах существования Шанхая стал возможен исключительно и благодаря национальным, внутренним условиям существования средневекового поселения.

Список использованных источников и литературы

1. Горшков М.К. Социальные характеристики Санкт-Петербурга и Шанхая в начале XXI века – М.: Институт социологии РАН, 2010 – URL: <http://www.etnograf.ru/node/209>
2. Фицджеральд Ч. История Китая. – М.: ЗАО Центрполиграф, 2004 – 460 с.
3. Бутаков А. М., Тизенгаузен А. Е. Опиумные войны. Обзор войн европейцев против Китая в 1840-1842, 1856-1858, 1859 и 1860 годах. – М.: АСТ, 2002.
4. Неусыхин А.И. Социологическое исследование М. Вебера о городе / Вебер М. Избранное. Образ общества. – М., 1994.
5. Ярхо В. Сюрпризы китайского депо – URL: <http://www.vokrugsveta.ru/telegraph/technics/1129/>
6. Tales of old Shanghai. Chapter XIV. The beginnings of an industrial revolution – URL: <http://www.earnshaw.com/shanghai-ed-india/tales/library/pott/pott14.htm>
7. The Encyclopedia of Shanghai – URL: <http://zhuanti.shanghai.gov.cn/encyclopedia/en/>
8. Сюннерберг Г.Г. Русские в Шанхае/ Русские в Шанхае, сост. В. Д. Жиганов, Шанхай, 1936 – URL: <http://www.russianshanghai.com>
9. Ионина Н.А. Шанхай // 100 городов – URL: <http://a-nomalia.narod.ru/100gorodov/99.htm>
10. Shanghai History (Ancient Time) – URL: <http://www.absolutechinatours.com/china-travel/Shanghai/Shanghai-History-Ancient-Time.html>

11. Мерёкина О. Легенда о матушке Хуан – URL: http://magazeta.com/chinese_history/2010/12/16/huang-daopo/
12. Вебер М. Город – URL: http://www.glazychhev.ru/bibliography/weber_gorod/weber_gorod.htm
13. Малявин В.В. Сумерки Дао. Культура Китая на пороге Нового времени. – М.: АСТ, 2000 – 448 с.

СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ РАЙОНА «ПУДУН» – КРУПНЕЙШИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ И ТОРГОВО-ФИНАНСОВЫЙ ЦЕНТР КИТАЯ

Тюрина А.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Китай является одной из ведущих экономик мира. Своим достижениям он во многом обязан свободным экономическим зонам, которые способствуют развитию не только внешних связей с другими странами, но и подъему региона в целом: благодаря свободным экономическим зонам развивается промышленность, выходят из кризиса депрессивные районы, которые, становясь привлекательными для инвесторов, начинают получать большее финансирование. За счет всего вышесказанного зоны развиваются, а экономический потенциал страны растет еще интенсивнее. Примером таких свободных экономических зон являются зоны на территории Пудуна.

Пудун – это один из районов мегаполиса Шанхай. Немало важную роль в определении местоположения свободных экономических зон (СЭЗ) сыграло географическое расположение района. Слово «Пудун» означает «к востоку от Хуанпу» [1]. Река Хуанпу огибает Пудун с запада, с восточной же стороны район омывается Восточно-Китайским морем [1]. Площадь района 522,8 км², Пудун составляет резкий контраст Пуси – старой части Шанхая, находящейся к западу от Хуанпу [1].

В 1990 г в Пудуне в основном располагались поля и деревни, именно в это время правительством Китая было принято решение о учреждении на его территории особой экономической зоны. В западной части был основан новый финансовый центр Китая, ему было дано имя «финансовая и торговая зона Луцзяцзуй» [1]. На северо-востоке практически 10 км² занимает Вайгаоцяо – «крупнейшая зона свободной торговли в континентальном Китае» [1]. Также на этой территории расположена зона обработки экспортных товаров Цзиньцяо – «вторая по величине промышленная зона в районе» [1]. В центре района Пудун находится парк высоких технологий Чжанцзян, который ориентирован, прежде всего, на высокотехнологичное производство.

Основными направлениями развития в Пудуне стала промышленность, сфера услуг, в основном финансовых, и торгово-транспортный сектор. Главенствующая роль была отведена многоотраслевому промышленному комплексу [2]. При этом снабжение сырьём и комплектующими предполагалось осуществлять из внутренних районов Китая, а готовую продукцию реализовывать на внешних рынках. Таким образом, перед новым районом и его СЭЗ ставились следующие цели: во-первых, развитие промышленности должно было стимулировать модернизацию и технологическую перестройку китайских предприятий; во-вторых, Пудун выступал в качестве испытательного полигона по осуществлению реформы хозяйственного механизма; в-третьих, развитие территории Пудуна должно было способствовать и развитию Шанхая в целом; в-четвертых, Пудун сосредоточил на своей территории деловой центр Шанхая, тем самым взяв на себя транспортные потоки города, обеспечив расширение связей Шанхая и окружающих его провинций с внешним миром, способствуя превращению Шанхая в крупнейший производственный, торговый и финансовый центр Азиатско-Тихоокеанского региона.

Для качественной работы любой СЭЗ требуется налаженная инфраструктура, поэтому в Пудуне, с открытием первых СЭЗ, она активно развивалась: в 1999 г был открыт новый Международный аэропорт Пудун, вторая линия шанхайского метро соединила районы Пуси и Пудун, в 2004 году открылась первая в мире линия, по которой начали ходить поезда на магнитном подвесе, она соединила новый аэропорт со станцией метро «Лунъянлу». Два берега Хуанпу сегодня соединяют несколько тоннелей и четыре моста. Первым из них был построен мост Наньпу (1991 г.), позже было открыто движение по мосту Янпу (1993 г.), Сюйпу (1996 г.). Последним был введен в эксплуатацию мост Лупу (2003 г) – самый длинный арочный мост в мире [1].

Другим немаловажным условием функционирования СЭЗ являются инвестиции. В экономических зонах Пудуна большинство инвестиций направляется в третий сектор экономики – торговлю, финансы, транспорт, информационно-консалтинговые услуги. Основные инвесторы – это крупные совместные или полностью иностранные предприятия, с объёмом инвестиций от 10 млн. долларов, которые обеспечивают до 80% всех контрактных инвестиций. Как правило, такие предприятия создаются крупнейшими ТНК; к концу 90-х гг. 60 ТНК создали более 100 компаний, на которые приходится около четверти всего объёма иностранных инвестиций. Среди них есть такие крупные компании как «IBM», «Джонсон и Джонсон», «Мицубиси», «Дюпон», «Бэлл», «Басф», «Хитачи», «Сименс» и т.д. За период 9-

й пятилетки (1996-2000 гг.) объём бюджетных инвестиций в объекты инфраструктуры составил около 36,5 млрд. долл., главным образом на развитие инфраструктуры [2].

Один из наиболее привлекательных моментов для инвесторов представляют собой льготы. На территории СЭЗ Пудуна существует достаточное количество льгот, например, налог на прибыль иностранных предприятий снижен до 15%, предприятия, инвестирующие на срок свыше 10 лет, освобождаются от налога на прибыль на 2 года. Выплаты с 50% дисконтом (на 3 года) производятся после первого прибыльного года. Еще одна преференция – это обложение предприятий, связанных с портовым, энергетическим и транспортным бизнесом 15% налогом. Если предприятия вышеперечисленных отраслей планируют вести деятельность более 15 лет, то они освобождаются от налога на прибыль на 5 лет, начиная с первого прибыльного года, и получают 50% дисконт на 5 лет [3]. Иностранные банки и банки совместного капитала с капиталом свыше 10млн.\$ облагаются льготным 15% налогом, с возможным 50% дисконтом на 2 года после первого прибыльного года и т.п.

Наряду с таким количеством достоинств, в СЭЗ района Пудун, как в прочем и большинстве СЭЗ КНР имеются недостатки (как для иностранных клиентов, так и для Китая). Прежде всего – это ограничение участия иностранных инвестиций в некоторых отраслях промышленности [4]. Сохранились секторы и определенные категории продукции, недоступные для работы предприятиям со 100% иностранным инвестированием. Четко регламентируется доля иностранных инвестиций в совместных предприятиях различных типов хозяйствования. Но, исходя из долгосрочных перспектив, такие ограничения ослабляют конкурентоспособность товаров китайского производства. Вторым недостатком считаются довольно высокая стоимость аренды площадей и расходы на коммунальное обеспечение (аренда помещений 200-900\$/м²).

Итак, как уже было отмечено ранее, в районе «Пудун» функционируют четыре Свободные экономические зоны, каждая из которых занимает свою экономическую нишу.

Первая зона - торгово-финансовая зона «Луцзяцзюй», которая занимает 6,8км.² и располагается на берегу реки Хуанпу. Она является деловым центром не только Пудуна, но и всего Шанхая, здесь располагается большинство представленных зарубежных компаний и коммерческих организаций, а также ряд крупнейших китайских компаний, в т.ч. несколько бирж [5]. Основные специализации деятельности данных компаний включают в себя финансовое, банковское, страховое и инвестиционно-консалтинговое направления.

Второй можно выделить зону экспортной переработки «Цзиньцяо». Данная зона сосредотачивает в себе значительное количество промышленных предприятий района Пудун, к концу 2002 г. здесь насчитывалось 527 предприятий с участием зарубежных инвестиций из 23 стран на общую сумму 10,2 млрд. долларов США, в т.ч. 60 предприятий, принадлежащих транснациональным корпорациям [2]. Территория зоны в основном занята предприятиями отраслей электроники, машиностроения, фармацевтики, информатики. Большая часть производимой промышленной продукции поставляется на экспорт, либо служит промышленными компонентами и используется здесь же для дальнейшего производства.

Третья зона – зона беспошлинной торговли «Вайгаоцяо», занимающая площадь в 5,5 км². Основная функция данной зоны заключается в обеспечении экспортно-импортных операций, предоставлении услуг по логистике, складских услуг, транзитных услуг и режима «свободного» склада. Вайгаоцяо – первая зона беспошлинной торговли в Китае [5], её статус был утверждён вместе со статусом Пудуна. В зоне существует свободное обращение иностранной валюты, все зарегистрированные в ней предприятия имеют право проведения внешнеторговой деятельности со льготным налоговым, инвестиционным и таможенным режимом. Основная задача данной зоны – формирование непрерывной связи между товаропроизводителями, как на территории Шанхая, так и с внешнемировым экономическим пространством.

Последняя зона – это технопарк «Чжанцзян». Он объединяет предприятия высоких технологий; преимущественно представлены отрасли биофармацевтики, микроэлектроники и информационной техники, электронного и высокоточного машиностроения [5]. Основная часть произведённой продукции отправляется на экспорт, обеспечивая стабильный приток финансовых средств, которые направляются на дальнейшее расширение высокотехнологичных производств.

Итак, район Пудун объединяет в себе ряд более мелких узкоспециализированных зон, что позволяет ему обладать широкой диверсификацией производимых продуктов и услуг. Интересным представляется и то, что Пудун является составной частью общей территории города и подчиняется городской юрисдикции, вместе с тем облядая определенной самостоятельностью в решении некоторых вопросов. Нельзя оставить без внимания и то, что имеется ряд ограничений на участие иностранного капитала в некоторых отраслях промышленности. Сам район ориентирован не только на внешние взаимодействия, но и на развитие прилегающих к нему территорий, за счет выстраивания производственных связей с предприятиями из соседних провинций. Таким образом, СЭЗ района

«Пудун» не только охватывают практически все секторы экономики, но и являются крупнейшим производственным и торгово-финансовым центром КНР.

Список использованных источников и литературы

1. Пудун (район) – URL: <http://ru.wikipedia.org>
2. Development zones – URL: <http://english.pudong.gov.cn>
3. Портал внешнеэкономической информации. Информация о специальных экономических зонах КНР – URL: <http://www.ved.gov.ru>
4. Баранов М. Китай – URL: <http://www.nalogi.net>
5. Ян Сюэци Теплица для бизнеса или три истории Китая – URL: <http://www.rmhb.com.cn/chpic/htdocs/russia/200512/news/13.htm>

СРАВНЕНИЕ КУЛЬТУР КИТАЯ И ВЬЕТНАМА

Чан Нгуен Лонг, Ву Тхуй Нган, студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Правильно убеждает, что столкновение различных культур необходимо для жизнеспособности нашего интеллекта. Культура пробуждает наше сознание от интеллектуальной спячки. Каждая нация обладает собственной культурой, способной обогатить все народы. Она должна поддерживать огонь в своем светильнике разума, чтобы вместе со всеми другими нациями освещать мир. В самом деле, ведь истинное единство заключается в гармоничном слиянии различий. Поэтому мы должны готовить широкое поле для сотрудничества культур всего мира, тогда каждая из культур будет отдавать свои цвет и брать у другой, и каждую будут изучать в ее историческом развитии.

Мы говорим о влиянии китайской культуры на вьетнамскую культуру, но каков уровень этого влияния мы редко упоминаем. Например, в китайскую и вьетнамскую культуры сходятся понятия конфуцианства, экзаменов, литературы, но конечно были различия между ними. Надо обратить внимание на основные принципы, приводящие к таким различиям, если нет, то легко попадем в одну из двух крайностей, или это имитация, или просто посмотреть на борьбу.

Это важно, чтобы понять, что хотя между ними были точки соприкосновения, но ещё есть фундаментальная разница и мы должны различить.

С помощью работы Симон Лейс и китайского культурного музея в Париже, Сингапуре, Сингапуре наша статья посвящена культурному контакту между Вьетнамом и Китаем.

1. Китайская культура – это огромный мир, состоящий из пяти маленьких различных культур. Там культура пустыни на северо-западе, юго-западная культура, южная культура Китая, южно-китайская прибрежная культура под влиянием культуры западных стран. Культура дельты Желтого бассейна представляет древнюю китайскую культуру и она оказала влияние на вьетнамской культуры. Не трудно отметить, что вьетнамская культура также существует до нашего времени в провинции Гуандун, Юньнань. Это доказало происхождения юго-восточной Азии в этом регионе.

2. Китайский народ и китайская культура остаются загадкой. Китай является таинственный мир. Чтобы понять это должно выходить за рамки чувств, и найти инварианты во внешнем смысле. Говорит о языке, трудно сказать, сколько иероглифов в китайском языке, потому что каждый из них выражает целое явление, заключает в себе понятие. Часто усвоение отдельных китайских иероглифов вызывает больше интереса к языку, так как иероглиф нагляден. В словарях иероглифы обычно располагаются по ключам, число которых составляет примерно 214 единиц, четыре тысячи слов, но обычно помнят около трех тысяч слов, то умеют читать и писать.

3. Доминирующие принципы письменности, живописи и музыки, а также китайского искусства является «бесконечным». Симон Лейс предположил, что это «существование» (существования). Но было бы путать с «органическими». Во время писать скоропись, люди использовали очень мало чернил, и этот метод называется «белым африканским». Иными словами, писать черными чернилами на белой бумаге, то белый цвет летает.

4. Сейчас говорить об искусстве и музыке. Китайский писатель и конфуция должны знать музыку и искусство, которые создают основы своей культуры. Большинство вьетнамского конфуцианства глухи к музыке, не имеют никакого представления о роли музыки в связи с духом. Живопись и музыка – посредственная работа художников и музыкантов. Китайская живопись связана с каллиграфией. Картинка не красивая каллиграфия не может быть назвать войной, наоборот правовое само письмо является живописным, и является главным конкуренции. Кроме того, в китайской живописи есть что-то от магии, а не как картину. Картина основана на черной цвет, только с помощью чернил. Одна ничья должны подписать художника, записывать каждый удар, а затем посмотреть, например, что исправление. А как насчет, китайский способ нанесения странно: художники следуют объекты осторожно, каждый

час, каждый день. Но когда рисовать, дверь закрыта, не позволяют объектам, вмешивается в его поле зрения, а затем извлечь из памяти. Природа магии здесь является «перо», самый высокий пик «магического искусства», сформированная на городскую жизнь. Донгхо картины строены другим образом, что Донгхо картины происходит от деревни и обычной жизни людей в работе. Материалы, цвет, название взяты из пословицы, народных песней. Существует ничего благородного, возвышенного, строгого хранения расходов. Все деревенские, честный, простой. Китайская культура ищет гармонии, интеграции человека с средой, чтобы увидеть себя как ничтожны перед огромным космосом. Люди Вьетнам является человеком полей и угрожая, так как Вьетнам имеет свои выборы умеренным выражением, как правило, небольшой, близкий к повседневной жизни, труда, бык, свинья, дерево скважин, традиционные сбережения, трудолюбивый, держите вашу личность. Существует не магические элементы, воздушный транспорт, отрицательные реальности здесь.

5. Некоторые оппозиции вьетнамской и китайской кухней существуют и показывают нам их различия. Китайские еды имеют очень сложные имени. Китайские люди пьют чай также придирчиво крайность. Во Вьетнаме, имя еды очень простое. Китайские блюда очень вычурные, и изменяют вкусы от используемого материала. Наоборот вьетнамские блюда держат вкусы приготовленного материала.

6. На мой взгляд, китайская культура является культурой экстремизма. В этой культуры, китайским людям нравится делать то, что вне способности людей как: длинная стена, канал Ванха, летний дворец, высокая статуя будды в Гонконге, большая площадь Тяньаньмэнь. Китайская культура предпочитает идти против человеческой точки зрения. «Невидимые вещества» победили «собственные вещества», боги победили факты, черный и белый цветы победили другие цветы. Но мы не могли вдаваться в детали, потому что они не подробные. К сожалению, мы не можем учить эту культуру. Мы предпочитаем нормальную культуральную среду, которая близкая, знакомая, и избежать от экстремизма. Во вьетнамской культуре нет таких великих веществ, как в Китае и не испугались люди. Я восхищаюсь китайской культурой, но боятся его. Я люблю вьетнамскую культуру, потому что это близко, как моя мать.

7. Китайская культура есть культура всего мира. Это может мобилизовать миллионы людей, тратить кучу денег на работу. Культура Вьетнама является культурой маленькой и бедной страны с центральным правительством на основе деревни. Входя в орбиту культуры Китая, Вьетнам сделал выбор в отношении его личности. В своем выступлении может произвести на меня впечатление неуважения национальной культуры, способные принимать культуры за рубежом. При контакте с другой культурой, потому что экономические, социальные, политические стороны двух стран очень разные, поэтому только сходят во внешний вид.

8. Вьетнамской культуры является культура смирения, простоты, ничего не крайность, но очень индивидуальности. Чтобы создать свою собственную идентичность, легко закрыть, легко ладить, но не последователями, это очень трудно. Она начинается с тем, как осознавая свою уязвимость к изменениям и где ваши сильные стороны, то держать.

9. Не существует постоянная культура, культура всегда изменит.

Список использованных источников и литературы

1. Leys Simon, 1983, La forêt en feu, Hermann, Paris.
2. Demiéville Paul, 1962, Anthologie de la poésie chinoise classique, Gallimard, Paris.
3. <http://www.vhthdvinhphuc.vn/Channel.aspx?rc=tapchivh&c=Xuan2008&a=783> (дата обращения 27.02.2013)

К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ И ПОСЛЕДСТВИЯХ КОЛОНИЗАЦИИ БРИТАНИИ В ГОНКОНГЕ

Шипицына В.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Гонконг (Сянган) сегодня – это не просто административный район Китайской Народной республики, это «Жемчужина Востока», а так же один из ведущих финансовых центров Азии и мира. Расположение Гонконга крайне благоприятное: к Югу от Китая Гонконг занимает стратегическую позицию на побережье Жемчужной реки, омывается с запада, юга и востока Южно-Китайским морем. Это идеальное место расположения, поскольку включает в себя часть континента – полуостров Коулун и более 260 островов, чаще необитаемых, наиболее крупными из которых являются Гонконг, Лантау и Ламма. Сушу принято делить на три части: собственно остров Гонконг, Коулун и Новые территории [2].

Но Гонконг не всегда был таким процветающим городом, несмотря на то, что первые поселения здесь появились еще более двух тысяч лет назад. Вероятно, это было следствием его отдаленности от

северной части Китая, а также беспощадной политики западных стран колонизаторов, которым Китай не мог противостоять в военной силе.

Для тех, кто когда-нибудь бывал в Гонконге или изучал этот мегаполис, безусловно, бросалась в глаза его колоритность и уникальность, обусловленная смешением западной и восточной культур. Это отразилось на всех сферах жизни гонконгцев, начиная от религиозных воззрений и заканчивая привычками в еде.

Актуальность данной темы заключается в том, что 1 июля 2012 года исполнилось 15 лет со времени возвращения Гонконга Китаю, но интеграцию экономики Гонконга в экономику Китая, как и в 1997 году, так и 2012 году представить сложно. Крупные предприятия, оффшорные зоны, гигантские по масштабам порты и туризм – все это с каждым годом поднимает экономическую мощь Сянган выше и выше, и это все стало появляться на территории скалистого берега с XVIII века в период, когда Гонконг стал колонией Англии. По данным на 2011 год валютные запасы Гонконга составили 280 млрд. долларов, таким образом, в 9 раз превышая денежную массу, которая находится на территории.

Жителям мегаполиса, так привыкшим к политическим свободам, к свободе слова, печати и другим атрибутам западного общества, как и всему миру на сегодняшний день трудно предполагать, как же пройдет в 2047 году абсолютное присоединение Сянган и снятия с него статуса особой административной зоны КНР. Ведь различия английской колонии Сянган и Китайской Народной Республики заметны во многом, главным образом, в культуре и экономике.

В наше время можно найти не так много работ по данной теме, хотя и есть историки, которые все пытаются проводить исследования в данной области. Иванов П.М. – один из историков, который, по моему мнению, достаточно обширно описывает историю Гонконга, исследует внутривнутриполитические процессы с самого образования колонии и большое внимание уделяет экономическому развитию английской колонии после Второй Мировой войны. Начиная свою работу «Гонконг. История и современность» [1] с описания появления первых поселений, а затем и первых иностранцев, автор помогает понять специфику и особенность данного региона. Читая его работу, становится ясно, что на формирование Гонконга оказали влияния сразу две страны: Китай и Англия. Благодаря чему, можно выявить не только специфику влияния каждой страны, но и постараться проанализировать, последствия влияния каждой.

Для изучения общих характеристик Сянган, таких как географическое положение, население, полезные ископаемые, промышленность и так далее, я обращалась к научно – популярному географо – этническому изданию Сладковского М.И. «Страны и народы. Зарубежная Азия и Центральная Азия» [2].

С начала XX века в российских познавательных, исторических и политических журналах стали публиковаться статьи, посвященные Гонконгу. Многие статьи, таких журналов как «Вокруг света» [3] и «ДАОГЕО» [6] посвящены истории колонизации Сянган. Другие же статьи журналов «Неприкосновенный запас» [4] и «Эксперт» [5] посвящены экономическому и политическому аспекту.

Захватывающая история Гонконга начинается еще в XVI веке, с периода проникновения в окрестные районы западных стран. Первым европейцем, чей визит в этот регион был задокументирован, был португалец Жоржи Алвариш. В 1513 году он основал на территории современного округа Тхуньмунь торговое поселение.

В 1537 году португальские купцы получили от закрытого для внешнего мира императорского Китая разрешение устроить склады в местечке Макао. Примеру португальцев последовали англичане, в 1699 году они добились права построить факторию и склады рядом с Гонконгом в городе Гуанджоу. Британские купцы ввозили в Гуанджоу железо, олово, свинец, шерсть, а вывозили шелк – сырец и чай, которые уже широко потреблялись в Европе, покупали у китайцев за серебро [1]. Иностранным купцам было разрешено находиться на китайской территории в пределах небольшого поселения лишь нескольких месяцев, летом и весной, когда велась торговля. В это время промышленность Англии быстро развивалась, а густонаселенный Китай, незнакомый с европейскими товарами, мог стать идеальным рынком сбыта. Торговля приносила большие прибыли, и с этого момента количество англичан в этом регионе стало расти. Хотя самих постоянных жителей в Гонконге накануне колонизации было очень мало: в 1821 г. на всем острове насчитывалось около 70 дворов.

Таким образом, малозаселенные и малоизвестные территории Гонконга становились связующим звеном в англо – китайских торговых отношениях.

Наступил новый этап в развитии отношений между Китаем и Великобританией с возникновением в XIX веке на китайской территории английской колонии Гонконг. Цинская империя оказалась не в состоянии противостоять экспансии Запада, и его лидеру – Великобритании [3]. На это повлияло множество факторов, которые предопределили поражение Китая западными государствами: изоляция страны от внешнего мира, реакционная внутренняя политика, растрата сил и средств на завоевательные походы на северо-запад страны.

На рубеже XVIII—XIX вв. Англия уже была могущественной колониальной державой и индустриальной державой мира. Рост английской внешней торговли основывался на достижениях

промышленного производства, использовавшего дешевое колониальное сырье. Толчком для усиления экспансии на Дальнем Востоке было укрепление позиций англичан в Индии к 30-м годам XIX вв.

К 19 веку Южно-Китайский порт Гуанджоу стал оживленным пунктом англо-китайских отношений [1]. Английское правительство стремилось расширить свои торговые права в Китае, уменьшить отток серебра и выровнять торговый баланс. Китайские же власти, наоборот, скрывали всякую полезную для иностранцев информацию. Самим китайцам под страхом смерти запрещалось общаться с приезжими. Местные власти опасались роста контрабанды и снижения платежей в казну от высоких таможенных пошлин. Фантастически емкий по европейским масштабам китайский рынок был ориентирован на местное производство. Китайцы имели лучшую на свете еду – рис; лучший напиток – чай; лучшую одежду – из хлопка, шелка и мехов. Поскольку их империя была велика, а народ многочислен, они не нуждались в крупной торговле с зарубежными государствами. Но английские торговцы нашли товар, в котором нуждался китайский рынок – индийский опиум (наркотик). Опиум быстро распространился в приморских провинциях Китая и стал наиболее удобным товаром для торговли Британии с Китаем.

Вскоре потребление наркотиков дало о себе знать. Началось ухудшение здоровья населения Китая, разложение нравов, разорение ремесленников и упадок дисциплины в армии. Правительство больше не могло это терпеть, и указами китайского императора от 1796 и 1800 ввоз опиума в Китай был запрещен. Однако прибыли от опиумной торговли (которые получали купцы, Ост-Индская компания и Британия в целом) были настолько велики, что перекрывали доходы от импорта шелка и чая. Это заставило торговцев прибегнуть к контрабанде наркотика [5].

В связи с контрабандой между местными властями и английскими торговцами постоянно происходили кровавые инциденты, например, на острове Линтин, где англичане устроили плавучие склады опиума. Чтобы прекратить распространение наркотика китайский губернатор Лин Цзесюй в 1839 запретил торговлю опиумом [5]. Все его запасы были конфискованы и уничтожены (свыше 20 тысяч ящиков). В ответ на это британское правительство послало к китайским берегам военно-морскую эскадру (20 боевых кораблей). Вследствие данного инцидента в апреле 1840 года началась первая «Опиумная» война.

В результате военных действий 20 января 1841 года англичанами был захвачен о-в Гонконг. А уже 26 января 1841 г. над Гонконгом подняли английский флаг и объявили его английской колонией. Сразу же после этого остров стали активно заселять не только английские войска и торговцы, но и китайское население. 1841 году население насчитывало 5,5 тысяч человек и 20 деревень.

Англия не собиралась покидать остров Сянган, и 29 августа 1842 г. был подписан неравноправный для Китая Нанкинский договор [5]. По этому договору Китай предавал Гонконг в вечное пользование Великобритании. Изначально подразумевалось, что собираемые на территории Гонконга налоги и пошлины будут поступать в китайскую казну, о как таковой колонизации в классическом понимании этого слова речи не было. Кроме этого, Англия добилась открытия для торговли пяти портов — Гуанчжоу, Сямэня, Фучжоу, Нинбо и Шанхая [1]. Также добилась снижения импортных таможенных пошлин и получения «компенсации» «за ущерб» в размере 21 млн. долл. Но британцам не удалось добиться формальной легализации ввоза опиума в Китай, хотя договор не запрещал контрабандную торговлю.

С первых дней существования колонии власти стремились создать там условия, более выгодные для предпринимателей и более удобные для жизни, чем в портах Гуанчжоу и Макао. Именно в этом они видели залог процветания нового центра торговли. Главной целью они ставили привлечение в Гонконг английских коммерсантов, которые после начала первой «Опиумной» войны переехали из Гуанчжоу в Макао.

Началось строительство новых зданий. Администрация способствовала развитию городского строительства, делая тем самым порт все более привлекательным и приспособленным для международной торговли. Еще в 1841-1842 гг. началось сооружение центральной улицы заложенного на острове города, названного в честь английской королевы Викторией. В городе проложили дорогу. В последующие годы строительство инфраструктуры, расширение территории за счет засыпки некоторых бухт приобрели значительные масштабы. О бурном развитии города можно судить по тому, что к 1846 г. в нем уже было 1874 здания.

На место губернатора Гонконга, управляющего торговлей и посланника Великобритании в Цинскую империю, был назначен Г. Поттингер. Его функциями было контролировать деятельность английских консулов в «открытых» портах.

Во второй половине 40-х – первой половине 50-х годов XIX в. Гонконг выполнял функцию основного опорного пункта английской торговли в Китае, а также британской военной базы на Дальнем Востоке. Колониальные власти принимали весьма деятельное участие в борьбе за расширение английского влияния в Китае, а также за увеличение территории Гонконга. Попытка

достигнуть указанные цели была предпринята во время крестьянской войны тайпинов, первоначально в 1854-1855 гг.

В 1854 году губернатором Гонконга стал Дж. Боуринг, именно он стал инициатором второй «Опиумной войны». Это война привела к тому, что роль Гонконга на первое время была снижена, были произведены массовые аресты, и запрещалась торговля. Тогда в полной мере проявил свою конкурентоспособность Шанхай.

Во второй «Опиумной войне» Китай снова проиграл [5]. И на это раз был подписан англо-китайский Тяньцзиньский договор от 26 июня 1858 г. [1], который предоставил Великобритании право иметь посланника в Пекине. Также были внесены изменения китайского таможенного тарифа, особо важные изменения для Британии касались торговли опиумом, который и в этот раз не был включен в список товаров, запрещенных к вывозу.

Таким образом, путем заключения неравноправных договоров Великобритании удалось прочно закрепить Гонконг, как свою колонию. Пробыв колонией Англии до 1997 года, Гонконг стал одним из главных финансовых центров мира, богатейшим мегаполисом с населением почти 7 миллионов человек. Конечно, существуют несколько мнений по данному поводу, нужно ли было Гонконгу это вмешательство Запада. Но одно остается бесспорным Англия оказала большое влияние на формирование и становление не только культуры, общества, но и экономики Сянган.

Список использованных источников и литературы

1. Иванов П.М. Гонконг. История и современность. – М.: Наука, 1990. – 278с.
2. Сладковский М.И. Страны и народы. Зарубежная Азия и Центральная Азия – М.: Мысль, 1982. – 285 с.
3. Валентинова Г.И. Китай. История Гонконга // Вокруг света. – 2001. – №3.
4. Лаптев С. Гонконг между прошлым и будущим // Неприкосновенный запас. – 2002. – №4.
5. Завадский М. Приход с профицитом // Эксперт. – 2008. – №1.
6. Юрков П.В. Гонконгское путешествие в британский колониализм // DAOGEO. – 2010. – №2.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО РЕГИОНОВЕДЕНИЯ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Штанько М.А., к.ф.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

19 сентября 2003 г. в Берлине на совещании министров образования Европы к Болонской декларации о формировании единого европейского пространства высшего образования присоединилась Россия. В Берлинское коммюнике была внесена соответствующая запись: «Министры приняли решение о принятии заявлений Албании, Андорры, Боснии и Герцеговины, Ватикана, России, Сербии и Монтенегро...на членство, увеличивая, таким образом, число участников до 40 европейских стран. Министры признают, что членство в Болонском процессе подразумевает существенные изменения и реформы для всех подписавшихся стран» [5]. К настоящему времени 47 европейских стран официально присоединились к реализации Болонского процесса.

Именно в связи с вышеупомянутым событием произошли существенные изменения в системе современного образования в России, которая в настоящее время формируется в соответствии с Концепцией модернизации российского образования на период до 2010 года (Приложение к приказу Минобрнауки России от 11.02.2002 N 393). При этом следует отметить, что система высшего образования нацелена не только на процессы получения и освоения знания студентами, но и на достижение определенных духовных целей, одной из которых является формирование полноценного гражданина и представителя современного демократического государства. Подобная задача являлась бы совершенно не достижимой в том случае, если бы она касалась только ресурсозатратности преподавателя и администрации ВУЗа, в котором обучается студент. Однако, современные тенденции высшего образования в РФ, направленные на повсеместную унификацию преподаваемых дисциплин мотивирует студента в более активной самостоятельной работе, что достаточно наглядно отражено не только в образовательных стандартах, но и в учебных планах и учебно-методических комплексах соответствующих дисциплин (УМКД). Проявление этих тенденций особенно заметно в рамках специальности «Регионоведение» как комплексной гуманитарной образовательной специальности.

Увеличение часов на самостоятельную работу студентов, с соответствующим уменьшением часов на аудиторную работу, побуждает современного преподавателя ставить перед студентами всех уровней обучения принципиально другие задачи. Так, например, если до распространения подобной тенденции самостоятельная работа студента в рамках конкретной учебной дисциплины, преимущественно,

сводилась к проработке плана практического и лекционного занятия, причем преподаватель ОБЯЗАН был предоставить студенту список обязательной и дополнительной литературы, что, естественным образом, не способствовало стремлению поиска информации, то с учетом современных тенденций, подобное требование перешло в разряд РЕКОМЕНДУЕМЫХ. Другими словами, преподаватель обязан обозначить лишь научно-литературный минимум, предполагающий наличие 2–3 основных учебных и учебно-методических материалов, такое же количество научных- и ИНТЕРНЕТ-ресурсов. Остальную научную и научно-методическую литературу студент ДОЛЖЕН найти сам, ориентируясь на те критерии, которые предоставлены в базовом списке. Подобное нововведение выглядит весьма привлекательно, так как способствует (или, во всяком случае, должно способствовать) формированию и укреплению навыков информационного научного поиска и анализа научной информации, что особенно актуально в рамках освоения специальных курсов по регионоведению. Однако, зачастую студенты-регионоведы не могут найти нужные материалы, что обусловлено отсутствием элементарных навыков подобной работы. Думается, что исправить ситуацию могло бы ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ введение в учебный план такого курса, как «Основы научных исследований», нацеленного на формирование, в том числе, и навыков профессионального освоения научного информационного пространства. При этом, практические занятия такого курса должны предполагать работу в библиотеке с каталогами различного научного уровня, а также, проведение практик в компьютерных классах, дабы преподаватель лично мог показать студентам принципы поиска информации в сети ИНТЕРНЕТ. Соответствующим образом должно быть и предоставлено максимальное количество часов по данному спецкурсу с ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ выставлением дифференцированного зачета в первом семестре и экзамена – во втором.

Еще одной проблемой современного регионоведения как образовательного пространства является проблема факультативных курсов по выбору. Следует отметить, что сама идея достаточно богатая, так как позволяет студентам уже на младших курсах определиться с выбором того научного направления, в рамках которого они планируют специализироваться (и это плюс к языковой специализации, которая также имеет место быть уже на младших курсах). Вместе с тем, все положительные моменты нейтрализуются суровой реальностью: учебные часы и продолжительность курса. Как правило, по выбору ставят 2 учебных курса, которые идут в течение семестра. При этом общий объем учебной нагрузки на подобные курсы не превышает 36 аудиторных часов (плюс – минус 4 часа). Думается, что для студентов-регионоведов более актуально было введение, так называемых, индивидуальных спецкурсов, скажем, в рамках II – III курсов бакалавриата и специалитета. Данное преимущество позволит, в дальнейшем, не расплываться на множество факультативных курсов, которые в силу своей научной специфики могут быть и недостаточно востребованными, а сосредоточить внимание студентов на основных научных направлениях, которые характерны для выпускающей кафедры.

Следует, также заметить, что подобная идея не является новой, так как достаточно давно апробирована не только в зарубежных европейских университетах, где издавна существует традиция записи на учебные спецкурсы, но и в ведущих российских ВУЗах (МГУ, МГИМО и др.).

И, наконец, третьей, на наш взгляд, основной проблемой современного регионоведения является постоянная формализация и технократизация учебного процесса в целом. Преподавание гуманитарных дисциплин всегда являлось специфичным именно в силу своей многосторонности и, вместе с тем, в ВУЗе любой категории оно способствовало формированию гражданской активности студента, его сознательности и личностному росту. Невозможность максимально формализовать процесс преподавания гуманитарных дисциплин приводит к тому, что преподаватели и студенты вынуждены поступаться качеством знаний в силу обязательности отдельных элементов подобной формализации. Так, например, обязательно наличие презентаций на лекции приводит к тому, что современные студенты не слушают преподавателя, а переписывают только то, что видят на экране, в то время как презентация является не ЗАМЕНОЙ ЛЕКЦИИ, а ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ИЛЛЮСТРАТИВНЫМ МАТЕРИАЛОМ к лекции. В том случае, когда преподаватель впоследствии требует от студента знаний не «презентации», а вообще по курсу в целом, возможно существенное изменение успеваемости. Подобная проблема традиционно характерна для студентов технических специальностей, изучающих гуманитарные дисциплины. Думается, что решением данной проблемы стало бы формальное закрепление тезиса о том, что наличие лекционных презентаций, вс-таки, не является обязательным.

Таким образом, на основании всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что проблемы современного регионоведения как образовательного пространства являются следствием вхождения РФ в Болонский процесс, во-первых, и отсутствием четких разъяснений содержания этого процесса с учетом российской специфики – во-вторых.

Список использованных источников и литературы

1. Баева Е.А. Образовательная политика России в контексте Болонского процесса // Социально-экономическая ситуация в России: состояние и перспективы. – Киров, 2005. – С.86-91.

2. Баева Е.А. Реформа высшего профессионального образования в России в контексте Болонского процесса. – Киров: ВСЭИ, 2005. – 195 с.
3. Болонский процесс и его значение для России / The Bologna process and its implications for Russia: Интеграция высшего образования в Европе / Белов В.А., Энтин М.Л., Гладков Г.И. и др.; под ред.: Пурсийнена К. – М.: РЕЦЭП, 2005. – 197 с.
4. Болонский процесс. основополагающие материалы: пер. с англ. / сост. Бурцев А.К., Звонова В.А. – М., 2007. – 88 с.
5. Гоголин Ф. Интеграция России в Болонский процесс [Электронный ресурс] – URL: <http://www.bologna.ntf.ru/p34aa1.html>. (дата обращения 10.03.2013).
6. Козырев В.А. Высшее образование России в зеркале Болонского процесса: науч.-метод. пособие для пед. работников вузов / Козырев В.А., Шубина Н.Л.; Рос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2005. – 429 с.
7. Международные правовые акты и документы по развитию европейской интеграции в образовании и исследованиях: европейское образовательное пространство: от Лиссабонской конвенции о признании до Болонского процесса / Федер. агентство по образованию, Федер. центр образоват. законодательства, Нац. информ. центр по акад. признанию и мобильности; сост.: Лукичев Г. А. [и др.]; под ред. Лукичева Г. А. – М.: Готика, 2004. – 382 с.
8. Федеральный закон Российской Федерации от 24 октября 2007 г. N 232-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)» // Российская газета (Федеральный выпуск). – 2007. – N 4504. – 27 октября.

ЯПОНСКАЯ ТРАДИЦИОННАЯ ЭСТЕТИКА КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ВЗГЛЯДА НА МИР

Юшкова Ю.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Японская культура – явление неповторимое, самобытное. Она развивалась в условиях изоляции от всего остального мира, что в значительной степени повлияло на формирование ее национального своеобразия. Жителям Японии были не интересны путешествия за пределы страны, им было комфортно внутри своего, небольшого, хорошо знакомого мира. В эпоху Хейан аристократы находили особое удовольствие в созерцании природы, окружающей их жилище, предметов искусства и быта. Люди размышляли над внутренней сущностью окружающего их, находили особое очарование в деталях и незначительных нюансах. Японцы видели в простоте неизменный источник красоты. Эстетическая традиция нашла отражение в искусстве Японии, повлияла на формирование совершенно особого японского взгляда на мир.

Цель моего доклада через характеристику основных традиционных эстетических категорий Японии определить их влияние на формирование особого мировоззрения японцев. Как известно, Япония с древних времен заимствовала культурные достижения у Китая. Конечно, этому способствовал и территориальный фактор, но древность китайской культуры так же сыграла огромную роль в этом процессе. К тому времени, как сформировалось первое объединение японских племен, культура народа, жившего на территории Китая, уже насчитывала около 9 столетий. Даже огромная разница в национальном характере, впоследствии, не помешала проникновению китайской культуры на территорию Японии. То есть не будет преувеличением сказать, что именно китайская цивилизация заложила краеугольный камень японской культуры. Проникшие на архипелаг позднее основные учения Востока: буддизм (пришел тоже из Китая), даосизм, конфуцианство сыграли огромную роль в формировании всех видов японского искусства.

Философия великой «Книги перемен», написанной в 8-7 вв. до н.э. так же повлияла на формирование традиционной японской эстетики. Первый иероглиф «И», входящий в название книги, изначально считался изображением хамелеона. Этот символ означал перемену, неустойчивость, так как хамелеон – животное, постоянно меняющее свою окраску. Кроме того, этот иероглиф означал некую непринужденность. Считается, что эстетический принцип естественности творческого процесса, следования природному ходу вещей берет свое начало именно отсюда.

В качестве еще одного фактора, повлиявшего на формирование традиционной эстетики, можно рассматривать и религиозные течения, присутствующие на архипелаге. Считается, что синтоизм, глубоко укоренившийся в сознании японцев, во многом определил характер восприятия ими мира и именно в нем лежат истоки национального мировоззрения жителей страны. Кроме того, синто дал начало идее «Кокутай» или идее избранности японского народа. Эта религия не знает деления на живое и не живое, так как во всем, по идее синтоизма, присутствуют божества – ками, а все сущее является

результатом развития мира, мир же возник без чьей-либо помощи и уже совершенен. Синто провозглашает единство природы и всего сущего. Синтоизм способствовал такому развитию восприятия окружающего мира, который представляет собой нечто похожее на приём олицетворения. Отсюда берет свое начало отношение японцев к природе и к тому, что их окружает. Японцам не свойственно считать себя хозяевами природы, они считают себя частью ее, стараются взаимодействовать с ней и вписываться в нее. Умение чувствовать природу, видеть ее красоту лежат в основе самого понимания японской эстетики, японского искусства.

Однако нельзя ограничиваться рассмотрением только синтоизма, так как подобное отношение, как к природе, так и к миру в целом так же характерно и для другой распространенной в Японии религии – дзэн-буддизма. Эта религия хорошо вписалась в контекст синтоизма, так как была очень близка к философии синто. Содержание дзэн-буддизма оказало влияние на формирование эстетической концепции, понимание смысла и назначения искусства. В соответствии с дзэн, искусство должно быть, как бы погружено в реальную жизнь, которая должна быть пронизана эстетическими принципами и сама стать искусством. В Японии существует много праздников любования природой, таких как «ханами» или «тсукими», что может свидетельствовать о том, что эстетическое общение с природой входит в повседневную жизнь японца. Следовательно, можно сказать, что у японцев размывается грань между их повседневной жизнью и искусством. В общении японца с миром постоянно присутствует художественно-эстетический момент. То есть эстетический момент восприятия мира постепенно становится ведущим, а красота величайшей из ценностей. Таким образом, красота оказывается помещенной на вершину иерархии ценностей, а эстетическое восприятие мира становится ведущим [6.С.205].

В японской культуре так же существует такое понятие как «каноны красоты» или «категории прекрасного». Всего их выделяются четыре: саби, ваби, сибуй и югэн.

Ваби – это красота простоты или отсутствие чего-либо вычурного, броского, то есть вульгарного в представлении японцев. Это сдержанность.

Японские картины – торжество простоты. Тот же принцип ваби свойствен и японским стихотворениям – поэты способны сказать очень многое, используя всего несколько слов. В японском саду обычно нет нагромождение большого количества камней, растений и остальных элементов ландшафтного дизайна, так как в изобилии всего этого могут теряться отдельные объекты. Это так же является отражением принципа ваби.

Японцы говорят ваби нужно почувствовать. Так как они сумели воспитать в себе умение наслаждаться малым, они ценят красоту всего, что окружает их в будничной жизни, в любом предмете быта

Саби – дословно «ржавчина». Этим понятием выражается особая прелесть потертости, налета времени. Японцы считают, что время способствует выявлению сути вещей. Поэтому видят особое очарование в свидетельствах возраста. Их привлекает темный цвет старого дерева, замшелый камень в саду и т. д. Категория «саби» выражает связь искусства с природой.

Но постепенно ваби и саби стали употребляться совместно, как единое понятие. Отсюда появилось слово «**сибуй**». Для этого термина нет четкого определения, сами же японцы словом «сибуй» называют то, что сочтут красивым человек с хорошим вкусом. «Сибуй» это окончательная оценка предмета. У японцев развитая способность распознавать предметы и качества, подходящие под категорию «сибуй». Это некое смешение красоты простоты и красоты естественности. Однако, для западного человека определить, что подходит под эту категорию, а что нет, довольно сложно.

Югэн – еще одно загадочное понятие. Считается, что постичь его означает постичь душу Японии. Это некая прелесть недоговоренности, намека. Югэн – красота, которая находится в глубине вещей. Способность видеть и любоваться невидимым [5.С.110].

В национальной эстетике существует еще одна немаловажная категория – «макото» или подлинная природа вещей. Само слово переводится как «истина» и задачей любого художника или поэта является найти эту истину, при этом, не добавляя к ней своего субъективного восприятия. Кроме того «макото» может переводиться как искренность, которая связана с одной из самых ранних категорий прекрасного – «моно но аварэ». Эта категория означает как универсальное понятие вещи, так и индивидуальное свойство каждой из них. О сложности категории говорит следующее размышление Т.П. Григорьевой, известного востоковеда-япониста: «Моно-но аварэ – знак дружелюбного настроения, некоей беспечности людей, не знавших больших потрясений, уверенных в своей незыблемости. Отсюда – восторг перед миром и любование им, интимно влюбленный, доверчивый взгляд на природу и человека, желание насладиться тем, что открыто взору и слуху».

Эстетической категорией можно назвать и красоту. Она заключается в непостоянстве и неповторимости. Красота не в вещах, она в их сочетаниях, в игре света и тени и красок. Для японца некрасивое не допустимо, только красота считается истиной. В природе же, по мнению японцев, нет ничего, что можно назвать некрасивым. Красота в японском мировосприятии и есть добро. Что же

касается цвета вещей, японцы предпочитают темные тона светлым. Фундамент этого явления заложен доасизмом, где тьма – это глубокий смысл, во тьме скрывается свет, который дано увидеть только мудрецам. Японцы всегда предпочитали полумрак в доме яркому свету, темную одежду, даже темную посуду. В своем эссе «Похвала тени» Дзюньитиро Танидзаки так поясняет это явление: «Я не хочу сказать, что мы не любим вообще ничего блестящего, но мы действительно отдаем предпочтение тому, что имеет глубинную тень, а не поверхностную ясность. Это тоже блеск, но с налетом мути, которая неизбежно вызывает в представлении лоск времени, – безразлично, будет ли это натуральный камень, или же из искусственного материала сделанный сосуд. Впрочем, выражение «лоск времени» звучит несколько сильно – правильнее было бы сказать «засаленность руками» – мы действительно любим вещи, носящие на себе следы человеческой плоти, масляной копоти, выветривания и дождевых отеков. Мы предпочитаем неяркий свет, цвет сумерек всяким украшениям – на него никогда не устанешь любоваться. Мы, люди Востока, создавая «тень», творим красоту в местах самых прозаических» [2.С. 152].

Говоря непосредственно о чертах японского менталитета, следует выделить следующие категории:

- стремление к чистоте, повышенная чувствительность ко всему, что можно посчитать нечистым или нездоровым;

- уважение к старшим;

- отсутствие четких границ между добром и злом. Для японца нет единой, абстрактной истины.

Есть истина, существующая для конкретного человека в конкретный момент времени в определенных обстоятельствах. Так как все определяется непрерывными изменениями, и время не стоит на месте. То есть то, что можно посчитать злом в один момент времени уже может и не быть таковым в следующий момент. Однако, этот аспект японского мировосприятия может быть истолкован и с позиции синтоизма, в котором нет ни рая, ни ада, есть только мир, наполненный духами и жизнь в гармонии с ними.

Японское искусство так же ориентировано на осмысление мира, красота – это отсутствие противоречий, не нарушенный естественный ход вещей и явлений. Мир уже находится в гармонии. И любой художник, философ, писатель имеет своей целью выявить место человека в этом мире. Однако, это не отменяло необходимость быть самим собой и идти своей собственной дорогой. Как гласит один из принципов дзэн – «дзэн» – это искусство быть самим собой в мире. Японские философы утверждали, что мировосприятие согласно дзэн вносило в каждый акт взаимодействия с миром некую красоту, стимулировало творческие способности, развивало воображение и интуицию, умение чувствовать природу.

И, пожалуй, нет лучшего примера для того, чтобы наиболее ярко выразить все приведенные выше факты, чем традиционный ритуал чайной церемонии.

Искусство и особая эстетика чайной церемонии за последние века совсем не изменились. Я выбрала именно этот вид японского искусства в качестве примера отражения традиционной эстетики в жизни японцев, так как эта церемония отражает все эстетические каноны красоты и соответствует эстетике дзэн.

В японском языке чайная церемония называется «тяною». Это явление возникло под влиянием философии дзэн и символизировало некое поклонение красоте. Считалось, что в чайной комнате человек отстраняется от забот и проблем. Хоть чайные комнаты и напоминали внешне обычный сельский дом, они проектировались с продумыванием каждой мелкой детали. В них не было броских украшений, разрешалось украсить его лишь свитком с мудрым изречением или букетом цветов. К тому же, конструкция домика и сада, окружающего его были связаны с такими категориями эстетики как «ваби» и «саби», то есть сочетания скрытой красоты, простоты и утонченности. Но не только внешнее убранство чайного домика тщательно продумывалось. В самой церемонии свое значение имел порядок вещей, каждый предмет. Чайная церемония – это особый, канонизированный ритуал, который считается своеобразным способом уйти от будничных забот.

Сам же ритуал распития чая был отражением основных принципов дзэн. В чайном домике всегда царит полумрак, чтобы создать атмосферу некоего уединения. А интерьер чайных домиков соответствует эстетическим канонам и мировосприятию японцев. Дорога к чайному домику обычно пролегает через сад, в этом саду лежат камни, поросшие мхом, камнями вымощена и дорожка, которая называется «родзи» или увлажненная росой. Человек, который вступил на эту дорожку, должен оставить позади все свои мирские заботы и погрузится в атмосферу уединения и спокойствия. В саду обязательно есть небольшой колодец с ковшиком из бамбука, в котором гость должен вымыть руки, лицо и прополоскать рот прежде, чем вступить в домик. В саду растут кипарисы, сосны и бамбук. Собственно благодаря устройству сада и самого домика принцип «саби» был принят в качестве нового типа красоты. Вход в чайный домик очень узкий и низкий, и в этом так же заложен глубокий философский смысл. Проходя через этот проход, человек, кем бы оно ни был по чину и происхождению, должен как бы поклониться, это символизирует то, что в этом домике все равны. А все чины и звания оставлены за дверью.

Во время церемонии заваривается особый зеленый чай в порошке. Для этого необходимы следующие предметы: шкатулка с чаем, деревянная ложка и чашка. Каждый из представленных предметов несет важную эстетическую нагрузку. История этих предметов так же имеет большое значение. Хозяин церемонии готовил чай в соответствии с особым алгоритмом действий: сначала в чашку насыпался чайный порошок, затем он заливался кипятком, взбивался бамбуковым венчиком до состояния светло-зеленой матовой пены. Затем хозяин передавал чашку сначала почетному гостю, затем всем остальным гостям. Во время передачи чашки гости могли рассмотреть и ощутить теплоту глины, поверхность чашки. Беседовать о делах во время церемонии запрещено. Можно обсуждать лишь естественную красоту утвари, изящество букета цветов или свитка с изречением. Посредством чайной церемонии японцы учились видеть красоту в естественном и простом, а так же она давала осознание ценности всего, что дано человеку в жизни. Существует целый свод правил чайной церемонии, цель которых воззвать к чувству естественности, создать ощущение искусства [3.С.56]. Японцы и в современном бешеном ритме жизни находят время для тяною, хотя часто проводят некий облегченный вариант церемонии. Они тщательно оберегают культуру тяною, так как она приносит японцам эстетическое наслаждение и, кроме того, дает возможность человеку в полной мере ощутить самого себя. Основные положения ритуала преподаются в университетах и занятиях «кружков тяною».

На данный момент в Японии существует огромное множество форм чайной церемонии, однако из них есть лишь несколько строго установленных. Это чай с восходом солнца, ночной чай, вечерний чай послеобеденный чай. Ночной чай пьют при луне, примерно с половины двенадцатого до четырех часов утра. Чай с восходом солнца – около трех часов утра, вечерний чай – около шести часов вечера, а специальное чаепитие обычно устраивается по торжественным случаям.

Чайная церемония по мнению японцев приучает людей к порядку и исполнению правил, а так же прививает простоту и естественность действий. Тяною в Японии отражает саму суть традиционной культуры. Здесь и соблюдение канонов красоты, и прививание дзэнских принципов, и необходимость исполнения строгих социальных правил. Чайная церемония вобрала в себя все культурные традиции японцев.

Одним из главных принципов японской эстетики – является принцип естественности. Он единым мотивом проходит через все традиционные эстетические категории. Все в природе уже совершенно, человеку нужно только заметить эту потаенную красоту и немного подчеркнуть ее. Конечно, полная характеристика приведенных эстетических категорий намного сложнее, но изложенная информация может послужить необходимым минимумом для знакомства с японской культурой.

Список использованных источников и литературы

1. Гришелева Л. Д. Формирование японской национальной культуры. – М.: Наука, 1986. – С. 48
2. Танидзаки Дзюньитиро. Похвала тени // Восточное обозрение. – 1939. – № 1. – С. 152
3. Игнатович А.Н. Чайное действо. – М., 1996. – С. 56
4. Главева Д.Г. Традиционная японская культура: специфика мировосприятия. – М., 2003. – С. 112-136
5. Овчинников В.В. Ветка сакуры. – М., 1975. – С. 110
6. Шелестова Е.Н. Эстетика и религия японцев как противоречиво функционирующая целостность // Человек и мир в японской культуре. – М.: Наука, 1985. – С. 205

WAYS TO ADDRESS THE IMMIGRATION PROBLEMS ON THE EXAMPLE OF SOUTH KOREA

Kalinina I.G., student

National Research Tomsk Polytechnic University

It is not a secret that nowadays Europe is experiencing serious problems with immigration. The policy of multiculturalism in Europe has failed. As a result, a lot of migrants from Africa and the Middle East appeared but couldn't adapt to European society, often preferring to live on benefits. European immigration policy burst. This led to the fact that now Europe is not able to cope with the never-ending influx of immigrants from the Third World countries. Moreover, many analysts say about the existence of a real threat of civil war, and even the collapse of the ethnic nation-states.

South Korea is an amazing country in this respect. From a source of mass emigration it has become a country of immigrants for the short time period. However, this did not lead to the problems with which Europe faces now.

Back in the seventies, tens of thousands of Koreans were working at low-skilled work overseas - built industrial facilities in the Middle East, worked in Western mines and hospitals.

Now the situation has changed. In Korea, there are hundreds of thousands of foreigners who are engaged in low-skilled labor. November 22, 2012 the Korean National Statistical Office published a report according to

which in Korea more than 1,114,000 foreigners reside. This is approximately 2% of the population. About 820,000 of these foreigners are guest workers.

High growth rates of the Korean economy are forcing the government to attract about 400 000 foreign workers. Moreover, South Korea is one of the most aging nations in the world. For every woman in the country only 1.2 children accounts, this, among other things, is due to the high cost of child health care and vocational education. The World Bank estimates that by 2050, for each disabled Koreans will account 1.2 working citizen. Now the figure is 4.5. So, due to the attraction of foreign workers, Korea will be able to stop the aging of the nation [2].

The study showed that 53% of guest workers work on the average 50 hours or more a week. Meanwhile 75% of them earn less than 2 million won (it is about \$ 1,800) a month. By Korean standards it is definitely not enough. But among guest workers expatriates from poor countries predominate, and this income seems to be sufficient. The main supplier of migrant workers is China, the second place is taken by Vietnam, and in the third one – by Indonesia.

Now Korea cannot do without guest workers, because they do the work, which nobody else wants to perform. More than 80% of Korean youth enter the universities. It is clear that young Koreans with higher education will not come to work in the shops at the assembly lines. For them such work is a lot of foreign workers.

In this regard, Korea does not differ a lot from other developed countries. However, in Korea there is one interesting feature: there is almost no resentment against guest workers. In most countries, which attract great numbers of migrant workers, the presence of guest workers annoys the local nationalist groups and parties. In Korea the immigrants sometimes face with prejudice and discrimination, but there are no parties that would talk about immigrants as a threat to the Korean society [4].

There are several reasons for this. Firstly, the attitude of the Korean political elite plays the significant role. Despite that ideologically and politically Korea is a divided country, in which the left and right argue about every political and social topic, on the issue of immigration there is rare agreement between the two camps. And the so-called progressionists and so-called conservatives understand that the Korean economy will heavily suffer without guest working force. None of the politicians tries to stir up hostility to immigrants, even for winning cheap popularity.

Secondly, one of the causes of discontent of immigrants in European countries is a widespread belief that immigrants allegedly actively use various social benefits and payments. In Korea the social sector is weak, so there are not any abuses of such kind. No one can blame immigrants that they are in clover living on unemployment benefits – in Korean unemployment benefits are really scarce.

Thirdly, for the present Korea it is attractive to be a short-term labor migrant, rather than to move here to a permanent residence. Few guest workers are going to spend more than 5-10 years there, and few migrants bring their families with them. Most guest workers come to Korea to earn money hardworking and then return to motherland. This approach has a few reasons – and high language barrier, the difficulty of educating children, and problems with legal status (including an almost complete inability to get a refugee status). In general, migrant workers in Korea are largely isolated from Korean society and remain invisible. Ordinary Koreans know about existence of guest workers in their country, but in everyday life they almost never face with them.

As an example, 90% the workers – migrants from Kyrgyzstan work at industrial plants and enterprises in South Korea. About 10% of Kyrgyz labor migrants in South Korea are engaged in fishery and work in agriculture.

However, before they start to work, they have passed medical examination, training and passed an examination on the knowledge of the Korean language. After it their labor contracts are signed.

Since 2008 the Korean domestic and foreign workers have had equal rights. Now foreign workers have the same social and health benefits, as well as their Korean counterparts. This was facilitated by the signing of an intergovernmental memorandum between the Ministry of Labour of the Republic of Korea and the State Committee on Migration and Employment of the Kyrgyz Republic.

Cooperation in the field of labor migration is beneficial for both countries. To the south side it is work force of high quality, and for the Kyrgyzstan it is easing social tensions and reduction of the unemployment in the country [1].

Nevertheless, the number of guest workers is growing now, increasing about 10% in a year. So we cannot except the possibility that over time Korea will face with the same problems as the present-day Europe. However, this day is far away now. So, nowadays there are immigrants in Korea, but they don't cause any problems.

References

1. <http://www.knews.kg/ru/society/28406/>
2. <http://www.pravda.ru/news/world/14-01-2013/1141671-korea-0/>

3. The Culture of Japan, China and Korea: учебник / В. Ю. Кропотова, Ю. В. Фалькович; Томский политехнический университет; Институт языковой коммуникации. – Томск : Изд-во ТПУ, 2006. – 191 с.
4. Корея: Справочник. – Сеул: Корейская служба информации для зарубежных стран, 1993. – 676 с.

THE CONCEPT OF YIN - YANG IN TRADITIONAL CHINESE MEDICINE

Kireeva A.A., Tiurina A.A., Shipitsyna V.S., students
National Research Tomsk Polytechnic University

The relevance of the proposed topic is explained by the difference of approaches to the problems of medicine. Modern medicine offers the Western model of complex biochemical medical treatment of the human body. Today, however, it is obvious that without taking into account the social and natural habitat, lifestyle and, most importantly, the psychological component of the personality, it is impossible to preserve health and cure the body. People in search of other ways to recovery are turning to non-traditional, in particular, Eastern medicine, which for centuries has accumulated experience and the holistic approach to the person as not only physiological, but also spiritual being whose life without touch with the world is just not considered. In our view, the problem of those who are drawn to Oriental medicine is the misunderstanding of its philosophical basis (for such people Oriental medicine is a massage, chiropractic and acupuncture, not more). The purpose of our study is an attempt to comprehend the philosophical concept of traditional Oriental medicine.

The aim of our study is an attempt to comprehend the philosophical concept of traditional oriental medicine.

Traditional Chinese medicine appeared a long time ago. The first works which generalized knowledge of diagnosis and treatment of diseases were written in V – III centuries BC.

There is a great number of works devoted to medical science. The most authoritative books are ancient. According to residents of the Middle Kingdom, everyone who had studied all the books could cure many diseases. As stated in the D. McGowan's notes «Chinese at home»: «for the Chinese, there are no new discoveries and progress in medicine, because the human body has not changed since ancient times» [3].

The most authoritative work of antiquity was written by the Emperor Shen-Nun. He lived in III century BC. Everyone in China believes in the legend presenting him as a wizard and considers the Emperor to be the god of healing whose ultimate goal of life was to help humanity kill diseases and suffering. He was born with a transparent stomach in order to understand the structure of the human body better and observe the effect of different herbs on his stomach.

The next work was written by Hua-That in later period, the period of the Three Kingdoms (221 - 254 years BC). In China this work is authoritative too. Hua-That was a brave and skillful physician, in addition to conducting traditional phytotherapy, he also performed operations. Once he was asked to treat the Emperor, but to cure the disease he had to perform an operation on the Emperor's skull. Everybody was confused by decision, because it was regarded as an attempted murder, and Hua-That was executed. Fortunately, the doctor was able to give his recordings to a prison guard, so records were partially preserved.

Since the beginning of the Soong dynasty (from 960) a new era of development of Chinese medicine began. A famous doctor Sun lived at this time. Offsprings raised him to the gods, calling him "the great god - protector of life" and building temples in his honor. A lot of stories of his art of healing remained, but the most remarkable one concerned his ability to make a diagnosis after listening to the heartbeat.

Nevertheless, it should be noted that the Chinese medicine is a unique and unusual philosophy. Chinese philosophy is difficult to understand, especially for the European man, despite the fact that the knowledge about the culture of Asian countries is quite extensive now. The philosophy of Taoism provided the basic principles of traditional Chinese medicine.

In this connection, the feature of Chinese medicine is an approach to the human body as a part of the universe, a certain model of the universe. The human body is an integral part of the space. Nature is an integrated system, including both polar and mutually complementary aspects of yin and yang.

Yin is the dark feminine, yang is the light masculine. Yin also corresponds to the moon, night, water, winter cold, weight, quiet, passive, yang relates to summer, fire, sun, day, light, motion. and energy. Yin and yang are completely opposite to each other, but because of their close interaction the whole world exists.

Ancient people endued every process, every phenomenon, all the properties of a specific subject or organism with qualities of yin or yang, and the relationship between these two principles constitutes the core of all things in the natural world. Yin cannot exist apart from yang: they form one dynamic unity. Every change and development of things is due to never-ending quest to oust each other. This is the fundamental driving force of nature. Such notions as sunlight, heat and motion have character of yang and night, rain, cold and rest possess the nature of yin. Light and darkness, pain and pleasure, life and death are all examples of the interaction of opposites of yin and yang.

The basic rule of Chinese medicine says: "If yang retreats, yin increases, and vice versa." Accordingly, Chinese doctors talk about four main types of disorders in the body:

- excess of yin with a shortage of yang;
- excess of yang with a shortage of yin;
- excess of yin and yang together;
- deficiency of yin and yang together;

For example, the fluid in the human body is expended because of external or internal factors, so it means that fluids (yin) become less and there is a state of emptiness and heat (yang).

Chronic disease is due to the general weakening of the body and destruction, this is an example of simultaneous weakening of both sides of life (yin and yang). In this case, yin and yang are in the state of emptiness. This approach means that all diseases and pathological states are divided and classified as two major groups - yang-symptoms and yin-symptoms (e.g., heat is a yang condition and chill is an yin-state). When Yang symptoms (fullness) calming influence is needed, the yin syndrome (emptiness) then should be excited.

A symptom of yang can be converted into a symptom of yin, for example, during the acute infectious diseases, when the body's resistance is completely exhausted by feverish sharp drop, temperature occurs. The unity of the yin - yang connects various parts of the body and organs. For example, the upper part of the human body belongs to the yang, and the lower does to the yin, the surface of the body refers to the yang, while the interior does to the yin. Every internal organ is regarded in the same way, possessing its own yin and yang. A person may have lots of yin or yang in one organ, and thus it may lead to the relevant disease, or pathological processes, while the lack of them in others also appears in the form of diseases. Therapy is the only way of restoring of the lost balance, and it can be done by adding or removing the yang or yin. The basic rule of the ancient Chinese therapy runs as follows "Yin should be involved in the treatment of diseases of yang and yang should be involved in the treatment of diseases of yin", "it is necessary to strengthen the rule of water to suppress the benefits yang. It is necessary to improve the source of the fire, to eliminate its suppression of the yin."

Doctors applying these principles in practice widely use food products, plant extracts and herbs, including biologically active drugs as a source of yin and yang. Food, like everything else in this world is yin and yang too. Food "yin" cools, makes the body soft and flabby. The excess of it causes fatigue, lethargy, pallor, loss of appetite. "Yang" products bring the heat and make the body more rigid. Excess of their consumption results in tension, fever, and irritability. In summer, in the heat it is recommended to eat more "yin" cooling food, while in winter the preference should be given to warm, "yang" food.

Thus, the concept of yin and yang is the basis of the theoretical concepts in ancient Chinese medicine, of making the diagnosis, putting medication and prevention.

A person represents a set of two elements, their close interaction, from which all of the features of life, physiology, character, all the talents and inclinations, strengths and weaknesses arise. The whole Chinese medicine, both scientific and practical, all the disciplines that it includes – pathology, anatomy, physiology, clinical diagnosis and treatment – all subject to this multifaceted model which is also called the principle of harmony and balance. This principle is particularly important in preventive medicine because it allows to predict and to prevent many diseases.

Based on the principles of balance of yin and yang, the main goal of treatment in traditional Chinese medicine is to restore the balance of yin and yang and to ensure harmony, which is, according to European ideas, the task of restoring homeostasis [3], stimulation of protective forces and reactive ability of the body.

References

1. Полушкина Н.Н., Кузнецова Ю.В. и др. Справочник восточной медицины. – М: Эксмо, 2007 – 392 с.
2. <http://www.newmed-portal.ru>
3. Рабинович М.И. Жизнь и нравы старого Ктиая. Срединная империя XIX века глазами очевидцев. – Смоленск: Русич, 2002.

COOPERATION OF THE ALL-CHINA WOMEN'S FEDERATION WITH REGIONAL AND INTERNATIONAL ORGANISATIONS FOR GENDER POLICY AND CHILD RIGHTS

Kuznetsova A.A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

The official rate of the modern Chinese government enunciates that women are an important force in development of socialism with Chinese characteristics. Nowadays the PRC has formed an integrated legal guarantee system of women's rights and interests based on the Constitution and the «Law of the People's Republic of China on the Protection of Rights and Interests of Women» as a special legal act. This system also

includes more than 10 major pieces of legislation, 40 state administrative regulations and more than 80 laws and regulations of local importance [12.C.661].

The main women's organization in China is the All-China Women's Federation, founded in 1949. Up to now the All-China Women's Federation has established relationships and carried out exchange activities with nearly 700 women and children's organizations from 164 countries. International contacts of the ACWF are the responsibility of the International Liaison Department. The main responsibilities of the International Liaison Department include: organizing exchanges, activities and cooperation with women and children's organizations from various countries as well as international women and children's organizations and women personalities; sending delegations abroad for exchanges and visits; receiving foreign women's delegations; convening bilateral and multilateral women and children's conferences; carrying out international projects; compilation data and materials on women and children and produce publications for publicity [5].

The ACWF has an eventful program of bilateral negotiations, only in autumn of 2012 the Federation received delegations from Malawi, Vietnam, Hong Kong; the president and chairman of the Parliament of Maldives also visited the ACWF. It should be noted that the Chinese government highly values the activities of the organization and assists heads of the Federation in holding meetings with foreign political leaders and members of the legislature.

With regard to international conferences, the ACWF does not only actively involve, but often organizes them. In 2010, Beijing hosted an international conference, which resulted in signing the Beijing Declaration of South-South cooperation for child rights in the Asia-Pacific region [8].

The signatories recognized that, despite the development and the progress achieved in recent years, a large number of children in the Asia-Pacific region haven't got access to quality education and health care. The countries also recognized the urgent need to address the problems of hunger, malnutrition, maternal and neonatal mortality, child protection and social inequality. Countries of Asia-Pacific Region confirmed that children's rights are fundamental in all cultures and societies, and that the protection, respect, promotion and implementation of children's rights are vital to economic growth and human development. The countries agreed that systematic approach to child protection issues should be based on the laws and policies of protecting children from potential harm, as well as prohibition of violence against children; this should form basis for the national child protection system [8].

In November 2011, the All-China Women's Federation, in cooperation with the government of Beijing organized The International Forum on Women and Sustainable Development. The forum was attended by nearly 300 delegates from 45 countries in Asia, Africa, Europe, America and Australia: government officials, heads of governments, ministers, the UN staff, representatives of Hong Kong and Macao, activists of women's organizations, representatives of non-governmental organizations, scientists and businessmen.

The Forum provided a platform for cooperation of participants from different countries and regions on issues of sustainable development in gender aspect, the possibilities and problems of the "green economy" and innovative practices for sustainable development. It was decided to use the experience of Chinese women in the implementation of sustainable development and gender equality.

Opinion letters and enactments of the Forum were presented to the Conference on Sustainable Development in Brazil (2012) [11].

There is no doubt that cooperation within APEC is a priority for China. No wonder the representatives of the All China Women's Federation have been directly involved in activity of the APEC forum on women since 2002. The latest forum was held in Saint-Petersburg in June 2012 [10]. The topic of the forum was «Women and innovative economic growth». Famous Russian politician Valentina Matvienko was its chairman. The Chinese delegation was headed by the Vice Director of the National Working Committee on Children and Women under the State Council and Vice President and First Member of the Secretariat of the All-China Women's Federation Song Xiuyan. She noted China's achievements in establishing gender equality and stressed the need for women's participation in the innovative development of the economy [1]. Participants of Saint-Petersburg forum presented their individual plans, based on the four priority areas identified in 2011 in San Francisco (access to capital, access to markets, the acquisition of capabilities and skills, women's leadership) [9].

The All China Women's Federation has close contacts within ASEAN+3. In 2004 the ASEAN organization founded Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children [4]. The organization made efforts to ensure gender equality in the region and to combat violence against women. Providing a platform for the exchange of knowledge and the best practices with the ASEAN partners, workshops and seminars on issues of law, the rights of women workers and domestic violence were conducted. The first symposium of ASEAN plus three, held in 2007 in Tokyo, was devoted to women's security and poverty eradication. The last meeting of the Committee was held in Vientiane, the capital of Laos, on October 18, 2012. Delegations from 10 ASEAN countries, China, Japan and the Republic of Korea attended the conference on «environmental sustainability, gender equality and partnership between women ASEAN» [6]. President of the Lao Women's Union pointed out that many of the goals set at the United Nations Conference on Environment and Development (UNCED) in Rio de Janeiro in 1992, when women as well as gender issues had been put on the

sustainable development agenda for the first time in history, are still unrealized. She suggested that governments and organizations in the region should work hand in hand to enhance women's participation and leadership in making decisions for sustainable development, eliminating gender discrimination, and boosting international and regional cooperation in women's issues [3].

During the bilateral talks between Laos and the Chinese delegation, it was decided to establish a mechanism of regular exchanges at the highest level between women of the two countries. In addition, more language training opportunities should be provided to help people from the two sides communicate more easily. In 2013 the ACWF decided to donate products worth 300,000 Yuan (US\$ 47, 970) to the Chinese-Lao Women's Training Center and work with the China-ASEAN Women's Training Center in Nanning, capital city of southwest China's Guangxi Zhuang Autonomous Region, to launch a language training course for Lao women workers[3].

The ACWF also collaborates with international NGOs. The organization «Free The Children» implements large-scale project in rural China. Free The Children believes that the decent childhood requires comprehensive approach. If assistance is concentrated only on education, water, health, etc., the main obstacle on the way to a happy childhood – poverty will not be eliminated. The organization adopted the program «Adopt a Village», an international model of development, which includes five items in order to eliminate poverty: education, water and sanitation, health, alternative sources of income and livelihood, as well as agriculture and food security [7]. «Adopt a Village» supports the development of communities in areas where there is a prevalence of child labor, child exploitation and minimal opportunities for girls.

As part of the global program for the wise expenditure of the world's water resources, the Corporation PepsiCo Foundation collaborates with the All-China Women's Federation. PepsiCo Foundation provided a grant of \$ 5 million to the ACWF for protecting clean water in rural areas of China. Grant will finance activities of the Chinese women's development fund (part of ACWF) to ensure access to clean water for more than 500,000 residents of the central and western parts of China to 2015. The grant has been carried out in support of the project «Water wells for mothers» by Chinese Women Development Fund, concerns of the 1.7 million people [11]. PepsiCo Foundation with the support of the Ministry of Water Resources of China will fund projects to provide access to drinking water for the rural population, as well as the building of primary schools in eight provinces and municipalities, including Yunnan, Gansu, Guangxi, Sichuan, Chongqing, Guizhou and Inner Mongolia [11].

Thus, we can conclude that the ACWF has been actively involved in efforts to eliminate gender inequalities and protect the rights of children in the Asia Pacific region. In East Asia the All-China Women's Federation is the leading organization for protection of women and children. In contrast to international organizations, which can cooperate with the UN and with governments, the ACWF is closely associated with the party and the state apparatus of the PRC and also has the ability to develop, implement and lobby the necessary programs. However, the negative side of cooperation between the authorities and the Federation is that its activities take place in the current ideological course. The protection of women and children is implemented in terms of the class approach, the positions of the socialist society. In other respects, the ACWF during the process of elimination of gender discrimination and protection of children's rights faces the same challenges as the world community as a whole: old stereotypes against girls, lack of effective mechanisms of legal control. The ACWF leaders are satisfied with the results of their activities; they share the ideas with the world community and help women's organizations in other countries of the region.

References

1. ACWF Vice President Attends APEC Meeting on Women's Issues [Электронный ресурс] – URL: <http://www.womenofchina.com.cn/html/node/4606-0.htm2>
2. ACWF Vice President Chen Xiurong Welcomes Malawi Women's Delegation – URL: <http://www.womenofchina.cn/html/node/145842-1.htm>
3. China to Enhance Cooperation with ASEAN Countries on Women's Issues – URL: <http://www.womenofchina.com.cn/html/report/5314-1.htm>
4. Inaugurated: ASEAN Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children – URL: <http://www.aseanhrmech.org/news/ASEAN-commission-inaugurated.htm>
5. International Liaison Department – URL: <http://www.womenofchina.cn/html/womenofchina/report/82382-1.htm>
6. Meng Xiaosi Speaks at Fourth Meeting of the ASEAN Plus Three Committee on Women – URL: <http://www.womenofchina.cn/html/womenofchina/report/1459651.htm>
7. Our Mission and Our Model – URL: <http://www.freethechildren.com/about-us/our-model/>
8. RIO+20: Join the Global Conversation – URL: <http://www.un.org/en/sustainablefuture/conversation.shtml>
9. The Beijing Declaration on South-South Cooperation for Child Rights in the Asia Pacific Region – URL: <http://www.womenofchina.cn/html/womenofchina/report/1315711.htm>

10. 2011 High Level Policy Dialogue on Women and the Economy – URL: http://www.apec.org/Meeting-Papers/Ministerial-Statements/Women/2011_women.aspx
11. 2012 APEC Women and the Economy Forum – URL: http://www.apec.org/Meeting-Papers/Ministerial-Statements/Women/2012_women.aspx
12. Всекитайская федерация женщин получит грант в размере 5 млн. долларов от PepsiCoFoundation – URL: http://www.pepsico.ru/media/public/id208.html?sphrase_id=14332
13. Гендерное равенство в современном мире. Роль национальных механизмов/ отв. ред и сост. Воронина О.А. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 772 с.
14. Мертус Джулия. Права женщин – права человека: Пособие для учебных занятий. – М.: Глас, 1996 г. – 239 с.
15. Тобес Брижит. The Right to Health as a Human Right in International Law: теория и практика: Пер. С англ. Право на здоровье: Теория и практика. – М.: Устойчивый мир, 2001 г. – 370 с.
16. Уиткомб Ванесса, Бенсон Майкл. Современный Китай. – М.: АСТ: Астрель, 2006г. – 318 с.

TEA THROUGHOUT THE WORLD

Marinich N.Y., Sadykova V.V., students

National Research Tomsk Polytechnic University

Tea is a traditional drink all over the world. In Asian countries, drinking tea is an ancient tradition connected with art and local customs. Among Russians and Eastern Mediterranean inhabitants, tea became a common drink much later than in China. The tea ceremony is one of ways to express the individuality of each country.

People are giving a special meaning to the importance of tea in society and local culture. Tea ceremonies which have been preserved from ancient times open a window to distant cultures and ancient customs which have assimilated into various traditions and accompanied them up until today.

The Chinese tea ceremony is the most ancient ceremony and plays a central role in Chinese culture. Tea has been appreciated in China since 2000 BCE, first for medicinal purposes and later for its refreshing qualities. According to Chinese legend, tea was born in 2727 BC, when the Emperor Shen Nong was purifying water in the shelter of a tea tree, and several leaves blew into the pot. The resulting brew, of superb fragrance, color and taste, made the emperor rejoice. Tea soon became a daily drink in Chinese culture.

"Its liquor is like the sweetest dew from heaven," wrote Lu Yu in his classic work Ch'a Ching. The 8th century scholar produced the first authoritative book on tea, providing details on every aspect of tea growing and manufacture, as well as wisdom on the art of drinking tea. The tea is the heart of the ceremony: the host and ceremony participants smell the tea, taste it and enjoy the many layers of taste discovered with every mouthful. The tea ceremony reflects the search for beauty in every object of the world, in accordance with the Chinese Tao philosophy. The ceremony must be conducted in a peaceful atmosphere and induce a sense of tranquility and harmony among the participants.

The tea ceremony is conducted for various purposes: anything from expressing appreciation or asking forgiveness, to creating goodwill among the guests of family reunions or wedding celebrations. The Chinese drink green tea as their national everyday beverage, just as they did centuries ago, and offer a bowlful to all guests upon arrival in the home. In some houses, the traditional 'gongfu' ceremony is performed using a set of delicate tea bowls, straight-sided smelling cups, a small earthenware teapot and the traditional method of making several infusions from the same measure of leaves, each with its own individual aroma and flavour.

Chinese social life still centres around the tea house, where people of all types and ages mingle, drink tea, and catch up with the latest gossip. The different teas are brewed in glasses, 'guywans' or teapots, with additional water often poured onto the same leaves to give several infusions. A waiter moves around the room, dispensing more water from a kettle with a long spout.

Beginning in the 9th century, the enjoyment of tea spread to countries outside China, first to Japan and Korea, then to the Middle East. For centuries China was the world's only tea-exporting country. Beginning in the 19th century, however, stiff competition arose as India and Ceylon began to grow tea. Today China remains one of the largest suppliers of quality teas. Chinese Tea

According to a common belief, the Buddhist monks brought tea from China to Japan during the sixth century B.C. The Japanese brought the preparation and serving of tea to an aesthetic art and an impressive ceremony in general, with predefined and very strict rules. Every detail of the Japanese tea ceremony demands strict attention and is regarded with much importance and takes a great deal of time. The Japanese tea ceremony was designed in the spirit of the Zen doctrine, according to which spiritual elevation is achieved by engrossing oneself in the small details of daily life. Thus, the attention paid to the minutest details of the tea ceremony is meant to induce a sense of serenity and harmony among the host and guests. The tea ceremony is conducted in the "tearoom", which has every traditional Japanese house. The tearoom is considered to be an island of

tranquility and purity, allowing the guests to leave the outside world behind and relax. Artistic motifs influenced by Japanese architecture, drawing and sculpture, are interwoven into the tea ceremony and influence the design of the tearoom and the ceremonial tea dishes. The ceremony may last for up to four hours. Before entering the tea room, guests must wash their hands in a stone wash basin located in a quiet garden. Guests enter the room on their knees to signify equality. The host will start a fire and serve a meal. A single bowl of thick tea is passed around the room, symbolizing fraternity. Thin tea is then served afterwards. Other elements of the Japanese tea ceremony or *chanoyu* are also strictly followed. In cultured circles drinking tea became recognized and valued as a way to transcend the mundane without participating in the vulgarity of wine's drunkenness. Tea was also valued for its health benefits as early as the 1100's. The luxury of tea eventually became regarded as a necessity in Japanese daily life.

The Japanese drink a wide variety of green teas. Color and delicacy of taste are important, and brews of fine fragrance and greenish-golden hues are prevalent. Matcha is the powdered tea used in the Japanese tea ceremony. In decreasing order of quality, we find Gyokuro, Sencha and Bancha, for everyday use. Tea in Japan is still an important social ritual and the ability to perform it is considered an essential skill for well-educated young ladies. The modern Japanese culture considers tea to be a social drink and gives it a central role in their lifestyle, but the traditional tea ceremony is almost never conducted any longer in daily life. The tea ceremony holds a place of honor in Japanese culture as a magnificent trace of the past. There are currently three tea schools in Japan, established 300 years ago, which continue to bequeath the art of tea and Japanese hosting.

The Korean tea ceremony is an ancient tea ceremony that has been practiced for over a thousand years in Korea. The Korean tea ceremony was inspired by China and preceded the Japanese tea ceremony by several hundred years. The focus of the Korean tea ceremony is the enjoyment of tea in an easy, formal and natural setting. The Korean tea ceremony traditionally has religious overtones. The Korean tea ceremony was traditionally used to revere the spirit of revered persons or ancestors.

The first record of the Korean tea ceremony is from 661AD, when tea was given as an offering to the spirit of King Suro. Later records also show tea offerings were made in Buddhist temples to the spirits of revered monks. During the Joseon Dynasty (1392-1910), the royal Yi family and aristocracy used tea for simple rites. There was the "Day Tea Rite" which was a common daytime ritual and a "Special Tea Rite" for specific occasions. Towards the end of the dynasty, commoners joined the trend and used tea for ancestral rites.

The equipment used in the Korean tea ceremony varies between seasons. Generally, however, the emphasis is on naturalness in form, emotion and coloring. Most bowls are decorated in a natural style and are made with clay. Some bowl decorations include a bamboo, bark, or pebble appearance. Summer equipment would include shallow bowls called *katade*, where hot water would be poured into, before being poured into a teapot. Autumn and winter equipment consist of taller, narrower bowls called *irabo*, which are designed to contain and maintain heat. These bowls are typically spiral in shape, with a high rim. With summer, autumn and winter equipment, the tea cups essentially remain the same. Tea cups used in the Korean tea ceremony have covers that are raised before drinking. This is to hide the open mouth.

As the Korean tea ceremony places emphasis on ease and naturalness, there are few rules and rituals regarding its procedure. As a result, there is a great deal of variety in the appearance of tea houses, choice of tea, choice of food and the acoustic and visual ambiance of the tea houses. Water from a local source is generally preferred, and some tea houses had their own springs. In the Korean tea ceremony, water is boiled over a wood fire, then poured into a teapot and used. The tea is initially poured into warmed cups, with the teapot held a certain distance above the cup to create bubbles in the tea. The bubbles are said to confer good luck.

In India there is a legend which tells the story of Prince Dharma, who left his homeland for China, to preach Buddhism. He vowed not to sleep during his 9-year mission. Toward the end of his third year, when he was overtaken by fatigue, he grabbed a few leaves of a tea shrub and chewed them up. They gave him the strength necessary to stay awake for the remaining 6 years of his mission.

The Indian tea industry began flourishing only during the 19th century. At this time, the British trade giant "The East India Trade Company" controlled the importation of tea from the Eastern countries in general and from India in particular.

The Indians customarily drink black tea with milk, an English custom which remained as a testimony to the British colonial rule over India. In India, black tea is drunk with milk and sugar. Young boys (*'chai wallahs'*) brew tea on street corners using kettles and brass pots and mix it with buffalo milk and sugar. They sell it to passers-by who drink it from little earthenware cups that are thrown away after use.

Spiced tea, known as *'chai'* or *'marsala chai'* and made with pepper, cinnamon, cardamom, cloves and sugar, is also very popular. *'Afternoon tea'*, with savoury and sweet snacks, is served in the tea-rooms of India's smart hotels throughout the afternoon.

Today, the Indian tea industry is one of the most flourishing and influential branches of the Indian economy. India produces about 900,000 tons of tea per year. In the Indian tea stock market, the tea is traded among the growers, traders and marketers. Among the various types of tea to be found in India are the popular Asam tea as well as the Darjeeling tea which is considered to be one of the best teas in the world.

At the beginning of the 17th century, the Chinese Emperor presented the Russian Czar with a gift of tea. Thus, tea became an acceptable drink in Russia about 100 years before arriving in the European countries. The Russian population customarily drinks black tea. Russia was so strongly associated with black tea that during the 19th century certain types of black tea were called "Russian tea", despite the fact that the tea was actually produced in China. The cost of tea was initially prohibitive and available only to the wealthy. By the time of Peter the Great, the price had dropped. Hearty, warm, and sustaining, tea was ideally suited to Russian life.

Russian tea often sweetened, either with sugar, fruits or jam. Tea in Russia is always served hot, even in hot weather or as a thirst-quencher. One cannot imagine Russian tea without the samovar, adopted in the 17th century and inspired by Mongol kettles used since the 13th century. The samovar is a combination bubbling hot water heater and teapot. In summer the samovar is placed on a table in the garden; in the winter, inside, with a long pipe for the smoke to escape directly into the chimney of the house. The samovar, a metal container for heating water, can be found in almost every home and is part of the Russian cultural icon. Tea culture is an integral part of Russian culture and is referred to in works of art and literature.

Since the 18th century the United Kingdom has been the largest per capita tea consumer in the world, with each citizen consuming on average 2.5 kg per year. The popularity of tea occasioned the furthest export of slips, a small shoot for planting or twig for grafting to tea plants, from China to British India and its commercial culture there, beginning in 1840; British interests controlled tea production in the subcontinent. Tea, which was an upper-class drink in Europe, became the infusion of every class in Great Britain in the course of the 18th century and has remained so. As tea spread throughout the United Kingdom in the 19th century, people started to lay out tea gardens and hold tea dances. The tea gardens lost value after World War II but tea dances are still held today in the United Kingdom. The British are among the world's most massive tea consumers. Perhaps it is possible to understand the importance of tea in British culture if we recall Sir Winston Churchill's declaration during the Second World War that: "Tea is more important to the soldiers than munitions".

In Britain tea is usually black tea served with milk (never cream; the cream of a "cream tea" is clotted cream served on scones, usually with strawberry jam, a tradition originating from Devon and Cornwall). Strong tea served with milk and occasionally one or two (or more in some cases) teaspoons of sugar, usually in a mug, is commonly referred to as builder's tea.

Afternoon tea – Drinking tea in the afternoon is a custom which began during the 19th century. Its development is attributed to the Duchess of Bedford. Due to the fact that the aristocracy customarily ate only two meals a day being breakfast and dinner, the afternoon tea was meant to abate the hunger between the meals. The afternoon tea was served along with a light meal between the hours 3:00-5:00 p.m.

High tea – A further development and refinement of the afternoon tea; this is actually an early dinner which includes tea. One assumption is it that the name was derived from the late hour in which the meal was taken: 5:00-7:00 p.m. Another suggestion is that the expression "high tea" originated from the custom of having this meal on high tables, in comparison with the afternoon tea which was eaten on low tables.

Each tea imply drinking a certain sort of tea:

- morning English Breakfast or Irish Breakfast;
- to noon and afternoon English Tea № 1;
- at 17.00 English Afternoon;
- In the evening – Earl Grey or Darjeeling.

Over time, traditions of the process of tea were strictly formed and also the requirements for appearance were formed too. Each "tea" just needed a special outfit. Today, of course, these traditions are disrespected, but some of the rules are important for nowadays. In many establishments for tea men without a tie and a suit cannot be allowed, as well as women without a cocktail dress.

In the spiritual tradition of tea drinking is hiding something more than friendship or family togetherness. Tea conversations differ from empty drunken conversations and have nothing to do with a cup of coffee you drink in a hurry for the gossip and pulling on a cigarette.

Tea conversations open the best of human part and please deep important thoughts. Real connoisseurs of tea constantly attached to various world cultures, enriching own world, which they generously share with family and friends over a cup of hot beverage. Tea wind from the East fills the conversation, poetry and philosophical meaning. Tea ceremony in different countries breaks stereotypes and opens the characteristics of each culture. Fortress of tea reflects the richness of life, and love to drink often encourages the search for new knowledge and reach new creative heights.

References

1. Fisher Aaron. The Way of Tea: Reflections on a Life with Tea. – Tuttle Publishing, 2010
2. Bronislav Vinogradsky. The way of Tea. – M:Anton Zhigulsky publishing house, 2006
3. <http://www.wtea.com/>
4. <http://theteapot.com/>

IS KNOWLEDGE OF THE CHINESE LANGUAGE NECESSARY FOR RUSSIAN REGIONAL EXPERTS?

Smetannikova T.I., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Regional expert. Who is he? What kind of work does he perform? What place does he occupy in the modern world? Is he a specialist in the field of culture or, probably, his field is economic development? Is he a translator, an accountant or a politician? The answer is simple – he is everybody at once.

Modern world looks like a big skyscraper. On each floor there can be one arbitrarily placed country with its people, culture, policy, problems, industry and other features. This skyscraper has one stairway. On each staircase a particular service works, it helps politicians, businessmen, tourists to have contacts with representatives from the other floors.

Employees of the service need to know the characteristics of each country, so that their interplay in the future will be carried out successfully. Even so, it is impossible to keep in mind all details of countries around the world. That is why, in order to avoid the political, economical and cultural misunderstanding among the countries, it was decided to divide all experts according to the regions of specialization.

Because of globalization English has become an international language. We can find it in any magazine, in books, on the Internet and TV, but it does not mean that it is a key to cross-cultural communication. Before starting a career in the country of specialization each regional expert should get acquainted with its people and culture. Language is a foundation of culture; culture is the trunk of a nation. Traditions, politics, economics and even history are all parts of culture. So, if you have learned the language, you have an opportunity to understand the country. All languages are different. Some of them are easy to speak and understand, but some are pretty hard.

There are a lot of regions in the world, where knowledge of English will contribute to your future career development. If you work in West European countries, English there is particularly the second language, no sense to mention countries like America and Canada. And what about the Asian part of the world? An English-language skill among population of this region is very low. You will have no problems to work there as a diplomat, but being a regional expert, you will have to interact with all layers of society, not just with the enlightened diplomacy, so working knowledge of Chinese is a must.

China has the greatest potential to lead other Asian nations toward regionalism, because there was an internal division of the country into industrial, agricultural, political and trade regions or, zones. Chinese has no alphabet and every hieroglyph has several meanings. Also you should understand that each province has its own dialect. That is why Chinese is hard to learn. Nevertheless, Modern China is the tastiest piece of worldwide cake. As a major power with growing political and economic influence in the region, China will play a significant role in the development of regionalism. Given its undeniable importance in the region, China tries hard to expand its zone of economical influence. Furthermore, it is in the interest of China to secure stability and promote cooperation in the region in order to meet its own economic needs and gain a favorable position as the rising regional power.

If you are a regional expert in China and you hold important negotiations using Chinese you will be different from the interpreter because you already know some subtleties of the Chinese diplomacy. The interpreter just hears and translates and the regional expert, who has learned the language of the country he works in, hears, translates, and understands what the present situation is. In some range of countries there are a lot of roles “must be done” during the conference or negotiations. In some cases diplomats prefer to discuss different matters during the meal, and regional experts as spokesmen should know how to keep the conversation going and be polite. Apart from thorough preparation lot of trivia can be a great help in such cases. The roots of the Chinese culture plays significant role during conversation – it should be kept in mind that, despite the rapid pace of globalization, invisible band of cultural misunderstandings between East and West will remain. In this case, a Russian problem is much more complicated than a European one, as it is a Eurasian country and therefore it has special political traditions.

Chinese diplomacy has thousand year history and during this time many of the principles that form the classical business and financial management in China appeared, for example: the Thirty-Six Stratagems - a Chinese essay illustrating a series of stratagems used in politics, war, as well as in civil interaction. Regional experts are advised to know all the principalities of this document, but without reference to Chinese they have no opportunity to use such phrases as “Create something from nothing” or “Take the opportunity to pilfer a goat”. This is an example of traditional Chinese understanding of diplomacy. U.S. researchers have identified eight mandatory items of any Chinese diplomat:

- Guanxi (Personal Connections). While Americans put a premium on networking, information, and institutions, the Chinese place a premium on individuals' social capital within their group of friends, relatives, and close associates.

- Zhongjian Ren (The Intermediary). Business deals for Americans in China don't have a chance without the *zhongjian ren*, the intermediary. In the United States, we tend to trust others until or unless we're given reason not to. In China, suspicion and distrust characterize all meetings with strangers.

- Shehui Dengji (Social Status). American-style, "just call me Mary" casualness does not play well in a country where the Confucian values of obedience and deference to one's superiors remain strong. The formality goes much deeper, however – unfathomably so, to many Westerners.

- Renji Hexie (Interpersonal Harmony). The Chinese sayings, "A man without a smile should not open a shop." and "Sweet temper and friendliness produce money." speak volumes about the importance of harmonious relations between business partners.

- Zhengti Guannian (Holistic Thinking). The Chinese think in terms of the whole while Americans think sequentially and individualistically, breaking up complex negotiation tasks into a series of smaller issues: price, quantity, warranty, delivery, and so forth. Chinese negotiators tend to talk about those issues all at once, skipping among them, and, from the Americans' point of view, seemingly never settling anything.

- Jiejian (Thrift). China's long history of economic and political instability has taught its people to save their money, a practice known as *jiejian*. The focus on savings results, in business negotiations, in a lot of bargaining over price – usually through haggling. Chinese negotiators will pad their offers with more room to maneuver than most Americans are used to, and they will make concessions on price with great reluctance and only after lengthy discussions.

- Mianzi ("Face" or Social Capital). In Chinese business culture, a person's reputation and social standing rest on saving face. If Westerners cause the Chinese embarrassment or loss of composure, even unintentionally, it can be disastrous for business negotiations.

- Chiku Nailao (Endurance, Relentlessness, or Eating Bitterness and Enduring Labor). The Chinese are famous for their work ethic. But they take diligence one step further– to endurance. Where Americans place high value on talent as a key to success, the Chinese see *chiku nailao* as much more important and honorable.

Asia's extraordinary success has brought new challenges– while rapid economic growth remains a priority, citizens demand that it also be sustainable and more inclusive. The question is no longer whether Asia will be central to the 21st century economy, but rather how it will exercise its prominent role and how its dependence on the rest of the world has decreased. You could live and work among the local population in this economically independent territory, hold your own public surveys and generate statistics for your research in any field. Besides direct contact with the public, a good source for your work will be books, local Internet sites and newspapers. Good professional should conduct research at all levels.

Regionalism is a relatively new aspect of Asia's rise. Asia's economies are increasingly connected through trade, financial transactions, direct investment, technology, labor and tourist flows, and other economic relationships. Asian economies are principally connected through markets –but where markets lead, governments are following. Asian leaders have committed to work together more closely and have already taken concrete steps in some areas. So, if today you are learning Chinese in the nearest future you will work as a specialist with knowledge of leading language in the region. Supporters of the idea that economic cooperation will expand to other areas of cooperation point to the deepening interdependence among East Asian nations, the growing sense of a shared future, and emerging common norms in the region as important factor. So, what language will be on the top of this combined region?

It should be understood that knowledge of Chinese language allows to work with representatives of this region around the world. There will be an opportunity to become a part of any organization, of any community as representative from Russia or the representative of the international community. Regional cooperation, effectively structured and implemented, is a powerful new tool in Asia's policy arsenal. It can help Asia address regional challenges as well as provide stronger foundations for its global role.

What about Russian strategy of future development? Russian foreign policy is now entering the fourth stage. The first three were associated with Foreign Minister Kozyrev, Foreign Minister Primakov, and Putin during his first term. In the first two stages Russia's foreign policy was reactive, in the third it became more active. Now Putin faces a choice between real politick and post-World War II international security cooperation. No one should be worried about Russian foreign policy.

- Russia's first foreign policy priority is the post-Soviet area, excluding perhaps the Baltic states.
- Russia's second priority is Europe.
- The third priority is Asia, particularly China.

As you can see from this top list China stands out as a separate country partner, while the other directions involve the whole regions. China is regarded as a true partner, which is involved in maintaining the balance in the Russian Far East region. Russia is interested in developing a commodity trade in the form of oil to China, as well as military cooperation and the development of tourism. This cooperation requires a large number of trained professionals. Russia needs diplomats, economists, translators and interpreters but there is a specialty that combines the qualities of these three areas. Regional experts are generalists.

References

1. East Asian Regionalism, pages 51-66, PDF
<http://www.pomona.edu/academics/departments/international-relations/theses/miura-2011.pdf>
2. Restarting regionalism in Northeast Asia North Pacific Policy, PDF
<http://www.iar.ubc.ca/programs/pastprograms/PCAPS/pubs/rozman1.pdf>

СЕКЦИЯ 7

«ФИЛОСОФИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И АРХИВ: РОЛЬ ФИЛОСОФСКОГО ПОДХОДА

Ардашкина О.М., аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Исследования выполнены в рамках государственного задания «Наука», тема № 6.2158.2011 «Исследование теории адаптации науки и высшего профессионального образования в условиях инновационных преобразований общества»

В современном (информационном) обществе информация выступает и как предмет массового потребления, и как всемогущий политический, экономический, социальный ресурс. Определяющей характеристикой такого общества является то, что знания, информация, информационные услуги становятся преобладающими факторами общественного развития, а сама информация становится главной общественной ценностью. Но основной особенностью информационного общества является доступность информационных ресурсов, необходимых для социального прогресса. Указанные процессы требуют философского осмысления для более полного представления их роли в жизни общества.

Архивы исторически предназначались для сохранения документов (информации) и в настоящее время архивная информация является самостоятельным явлением в современной социальной и экономической жизни общества, поскольку только обладание нужной информацией обеспечивает ее владельцу необходимые преимущества в той или иной жизненной ситуации. Данные, сосредоточенные в архивах, образуют собой социальный информационный потенциал, который может удовлетворить всевозрастающую потребность общества в ретроспективной информации. А обеспечить доступность общества к этой информации можно только путем информатизации архивной отрасли и создания оптимальных условий для развития этого процесса. В связи с этим возникает и новое понимание архива как части информационных ресурсов и информационной системы.

В этих условиях накопление информации, ее централизованное хранение и активное использование с применением ЭВМ является важнейшей и основной функцией архивов. Поэтому современные архивы должны удовлетворять потребности общества на уровне передовых информационных технологий, они должны превращаться в хорошо оснащенные компьютерные центры и располагать большими возможностями в сфере хранения, накопления и обработки информации.

Информатизация архивов не сводится только к их оснащению современной компьютерной техникой и оцифровкой документов, но и предполагает внедрение и освоение программно-информационной технологии для обеспечения реализации всех основных задач и функций архива, прежде всего выполнения основной задачи архивов – обеспечение права граждан на информацию, предоставление им широкого доступа к информационным ресурсам, хранящимся в архивах. Создание информационно-поисковых баз данных, автоматизированного научно-справочного аппарата, баз данных, содержащих электронные копии документов с возможностью удаленного доступа через телекоммуникационные сети и системы – все это позволяет обеспечить доступ пользователей к архивной информации, более оперативно решать вопросы обмена необходимой информацией между архивными учреждениями, способствует укреплению взаимодействия с органами власти.

Внедрение и активное использование автоматизированных архивных технологий (ААТ), с одной стороны, должны сделать труд архивиста более содержательным, избавить его от рутинной работы, но, с другой стороны, порождает новые проблемы.

Это, прежде всего, кадровая проблема. Ни для кого не является секретом, что профессия архивиста непопулярна, архивные коллективы имеют тенденцию к старению кадров. Молодые грамотные специалисты долго на рабочих местах не задерживаются, а с приобретением опыта и практических навыков находят свое применение в более престижных профессиях. В то же время, новые требования, предъявляемые к архивистам, связанные с активным внедрением во все области архивного дела информационных технологий требуют от работников не просто «компьютерной грамотности», а «чтобы документоведы и архивисты говорили с IT-специалистами на одном языке» [1]. Поэтому необходимо особое внимание обратить на подготовку квалифицированных кадров, поскольку при их нехватке возрастает риск неудачного или слишком затяжного внедрения информационных технологий в архивную отрасль. Также требуется проведение регулярного обучения всех архивистов, работающих с

информационными системами и программными продуктами в силу их постоянной модернизации и усовершенствования

В связи с этим при возникновении большого количества компьютеризированных данных становится актуальной проблема предоставления архивами информации относительно наличия этих данных и их использования. Эта задача может быть решена с помощью разработки собственного каталога, путеводителя каждым конкретным архивом и более активным использованием интернет-сайтов, интернет-страниц с предоставлением общей справочной информации об архивных документах и архивах, возможности их поиска и получения архивных услуг. Но это далеко не полный перечень того, что можно найти на этих специализированных архивных сайтах. Более того, это привлекает и новых исследователей, заинтересованных опубликованием интересных и редких данных, и новых пользователей. А все это вместе повышает роль архивов в удовлетворении возрастающих потребностей общества в ретроспективной информации и оставляет возможность сохранить все информационное богатство для будущих поколений.

Обозначенные вопросы, связанные с процессом информации архивов, только на первый взгляд могут показаться техническими. На самом деле за данными аспектами стоят более глубинные и важные составляющие нашего человеческого бытия. Это вопросы о социальной памяти, о природе социального устройства общества, о характере коммуникативного поля отношений между людьми и, наверное, главное – о понимании человеком собственного предназначения в жизни.

Информационные технологии, широко распространяемые сегодня в различных сферах жизнедеятельности, играют большую роль в развитии общества, но нельзя охарактеризовать их значение как-то однозначно. Они играют как позитивную, так и негативную роль. На примере архивов это особенно хорошо заметно. С одной стороны, их внедрение позволяет облегчить процесс доступа к информации (документам) во временном, эргономичном и бытовом планах, с другой стороны, возникают дополнительные сложности с соблюдением конфиденциальности информации, возможности манипулирования информацией и т.д.

Позитивное или негативное значение использование информационных технологий в архивном деле во многом определяется этическими приоритетами человека, общества, теми целями и ценностями, которые выступают в качестве духовных ориентиров. Это далеко не весь перечень вопросов, возникающих как следствие развития информационных процессов в архиве. Иными словами, без определения более существенных аспектов человеческого существования, без понимания того, что человек хочет рассматривать в качестве своего смысла жизни рассмотрение данной темы будет поверхностным. Ведь проблемы, связанные с технической стороной внедрения информационных технологий в архивную деятельность (приобретение и установка новых автоматизированных систем обработки и хранения информации, подготовка новых кадров, подготовка потенциальных пользователей и т.д.), демонстрируют аспект важности для общества этого вопроса, его отношение к социальной памяти, готовности эту память ценить, сохранять и поддерживать. Все эти вопросы не могут быть рассмотрены без привлечения философского подхода.

Информатизация архивов не отменяет главную задачу работы с информацией (документом) – интерпретацию его содержания. Информатизация расширяет эти возможности, но не определяет их сущность. Поэтому в любом случае важен междисциплинарный подход при работе с информацией (документами), где философская составляющая предстает в качестве определяющего основания. Как подметила в свое время одна из исследователей в сфере архивного дела Медушевская О.Н., «архивист в России – прежде всего философ, а потом историк или менеджер» [2.С.46].

Таким образом, следует констатировать, что философский подход к оценке процессов информатизации в архивном деле играет очень большое значение, без учета которого осмысление указанных вопросов нельзя считать исчерпывающим. А значит, в полной мере мы не будем представлять подлинную сущность их роли в судьбе общества.

Список использованных источников и литературы

1. Плотников П. Бумага vs Система // ECM-Journal.ru. Важное об электронном документообороте, бизнес-процессах и взаимодействии. – М., 2006-2011. – Электрон. текст. дан. – URL: <http://ecm-journal.ru/post/Bumaga-vs-Sistema.aspx>.
2. Медушевская О.М. Историк и архивист: сферы познания ими прошлого // Вестник архивиста. – 1997. – № 6 (42). – С.27 – 46.

НАУКА ГЕОЛОГИЯ КАК СИНТЕЗ ФИЛОСОФСКОГО И ГЕОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

Берко В.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В современной геологии, которая объединяет науки о Земле, возникает необходимость создания общей теории Земли, единой модели, которая могла бы объединить все накопленные знания в целостную систему. Вопрос о «Науке геологии» можно, в таком случае, рассмотреть с основных позиций философии и методологии естествознания, а фундаментальные проблемы геологии проанализировать с учетом общефилософских положений [1].

Науки о Земле – одно из основных направлений естествознания. Всестороннее исследование прошлого и настоящего нашей планеты, а также прогноз эволюции природной обстановки на обозримое будущее, является их основной задачей. В процессе накопления знания о нашей планете создавались и вычленились отдельные науки, исследующие ту или иную сторону такого сложного объекта как Земля.

Под термином «наука» обычно понимается сфера деятельности людей, функцией которой является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности [2]. В качестве объекта науки выступает все состояния бытия, которые становятся сферой приложения активности субъекта.

Основным средством науки, в том числе естествознания, являются ее методы. В научном познании истинным должен быть не только его конечный результат (система научных знаний), но и ведущий к нему путь. Естествознание и его отрасли имеют не только свой предмет, но и свою систему методов, обусловленных этим предметом. Под методом в самом широком смысле слова понимают путь исследования.

Часто объектом науки нередко становятся теоретические конструкции, которым нет непосредственного аналога в природном окружении. Например, в природе нет идеального газа, идеального пространства и времени, но этими конструкциями широко пользуются ученые в конкретных областях естественнонаучных исследований. Это существенно отличает науку от обыденного чувственного восприятия действительности.

Выделяют ряд методов, используемых в науке (всеобщие, общенаучные и специальные), и подходов, одним из которых является системный подход, предполагающий систему в качестве объекта исследования.

В общей структуре научных методов науки геологии с точки зрения системного подхода может быть выделен некоторый комплекс методов, который включает в себя и всеобщие (философские методы), отвечающие за основные теоретические предпосылки научного знания, и общенаучные методы, которые могут быть рождены в рамках одной науки, а использоваться другими научными направлениями, и частные (или специальные) методы.

Общенаучные методы могут быть использованы для обеспечения функционирования информационного пространства, которое включает не только характеристики основных элементов системы, но и их причинно-следственные связи.

Специальные методы геологии позволяют сформировать знания об объекте исследования, а так же принципах управления системой и возможностях изучения системы в динамике, в развитии. Такого рода методы используются практически на всех структурных уровнях и являются способами получения точного знания.

Научное знание можно так же структурировать по степени обобщенности информации. Наиболее общую систему научных теорий называют научной картиной мира. Это целостная система представлений об общих свойствах и закономерностях природы, результат обобщения и синтеза основных научных понятий, принципов, методологических установок.

В процессе формирования общей теории Земли с необходимостью возникает понятие картины мира. Существует общенаучная картина мира, картины мира наук, близких по предмету исследования (например, естественнонаучная картина мира), картины мира отдельных наук (физическая, биологическая, геологическая).

Важно отметить, что философия играет важную роль связующего звена, пронизывая все уровни научной деятельности, создавая некоторую универсальную модель, применимую к реалиям любой науки, к любой стороне человеческой жизни.

Методологический прием построения общей системы познания в геологии детально рассмотрен в работе Миних М.Г. «Методы геологических исследований в вопросах и ответах» [3].

В качестве общих методов, составляющих основу системы познания, в геологии рассматриваются два основных метода: материалистическая диалектика и системный анализ.

Метод материалистической диалектики является общей философской основой, способствующей наиболее полному и всестороннему отражению в научном знании объективных свойств и причинно-следственных связей изучаемого объекта. В рамках материалистического познания окружающего мира

выделяются два уровня научного познания: эмпирический и теоретический, представленных в диалектическом единстве. Без наличия эмпирического материала невозможно сформировать теорию, а без надежной теории нельзя выработать новые приемы и правила (метод науки) познания материального объекта.

Эта диалектическая связь является важнейшей чертой метода материалистической диалектики, используемого при познании такого сложного объекта, как геологическая система.

Понятие «геосистема» в советскую науку ввёл академик В.Б. Сочава [4].

Все геосистемы находятся в состоянии изменений, которые могут быть циклическими (например, смена времён года). При этом в каждой геосистеме можно выделить неизменяемую часть, так называемый инвариант, который имеет большое значение в геоэкологии, так как позволяет идентифицировать геосистему вне зависимости от её динамического состояния.

Таким образом, применение системного анализа для геологии особенно актуально, поскольку без использования этого метода рассмотрение такого специфического объекта исследования в качестве единой системы было бы невозможно, как и осуществление прогноза геологического состояния в пространстве и во времени. Геосистемам свойственны качественно своеобразные законы изменения и развития – специфические проявления особой географической формы движения материи.

Вопрос о геологической форме движения материи впервые был рассмотрен в работе М.М. Тетяева «Основы геотектоники» 1941 г., в которой автор исходит из представления о саморазвивающейся «целостной материальной системы Земли».

Действительно, представления о Земле как едином планетарном феномене, к которому применимы принципы системного моделирования, были рассмотрены еще в начале XX в. в работах В.И. Вернадского. Согласно Вернадскому, «в биосфере существует великая геологическая, быть может, космическая сила, планетное действие которой обычно не принимается во внимание в представлениях о космосе ... Эта сила есть разум человека, устремленная и организованная воля его как существа общественного» [5]. Ноосфера понимается как новая, высшая стадия эволюции биосферы, становление которой связано с развитием общества, оказывающего глубокое воздействие на природные процессы.

Итак, в результате нашей работы можно сделать следующие выводы:

Разработка фундаментальных проблем геологии и формирование представлений о глобальных геологических циклах с использованием конкретно-научных данных и расчетов возможно с основных позиций философии и методологии естествознания. Полученные представления отражают закономерность (цикличность и периодичность) развития геологических процессов на Земле и одновременно характеризуют возрастное распределение мировых запасов полезных ископаемых. Геология как наука нуждается в разработке собственных теоретических построений и философско-методологической базы, связывающих теоретическую геологию и накопленный практический опыт в единое целое.

Список использованных источников и литературы

1. Параев В.В., Молчанов В.И., Еганов Э.А. О философии геологии [Электронный ресурс] – URL:http://popovgeo.professorjournal.ru/c/document_library/get_file?p_1_id=22997&folderId=69340&name=DLFE-17035.pdf
2. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия. – 1983. – 840 с.
3. Миних М.Г. Методы геологических исследований. Учебное пособие для студентов геологической специальности. – Саратов, 2004. – 45 с. [Электронный ресурс] – URL: http://www.sgu.ru/files/nodes/11434/minikh_methods.doc
4. Сочава Б.В. Введение в учение о геосистемах. – Новосибирск: Наука. – Сибирское отделение, 1978. – 319 с.
5. Вернадский В.И. Размышления натуралиста. Научная мысль как планетарное явление. – М.: Наука, 1977. – 191 с.

КОНЦЕПТООБРАЗУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ АКАДЕМИЧЕСКОГО ИННОВАЦИОННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Брылина И.В., к.ф.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Работа выполнена при финансовой поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы

Данная статья выполнена в рамках формирования национальной доктрины инженерного образования России и разработки концептуальной модели элитного инженерного образования в инновационном университете.

К исследованию проблем образовательной инновационной активности в России обратились в 80-ые годы XX в., именно тогда аналитики вплотную подошли к исследованию феномена академического инновационного университета, – новой формы университетской образовательной практики. Дело в том, что инновационная активность – наиболее гибкий индикатор состояния и конкурентоспособности образования, а снижение этой активности – это потеря позиций на внешних рынках, увеличение инвестиционного, технологического, экономического и как следствие социальных кризисов. С активизацией инноваций начинается инвестиционный бум как предпосылка преодоления кризиса и депрессии, переход к развитию в целом. Сегодня инвестиции в образовательную сферу без инноваций не имеют смысла, поскольку не будет обеспечена конкурентоспособность «выпускаемой продукции». Развитие инноваций, а не просто накопление капитала является движущей силой устойчивого экономического роста, поэтому интерес к пониманию инновации, их сущности, процессу их развития в инновационном цикле, их роли в экономическом и социальном развитии общества не угасает. Появились новые значения таких явлений как инновационная деятельность, разновидности инноваций, процесс коммерциализации новшеств, инновационная культура. С позиции исследователя, образовательные инновации наиболее интересны: они осуществляются особенно трудно в силу того, что трудно определить их конкретные параметры, определить состояние их реализации. У образовательных инноваций очень тесная связь с обществом и культурой; образовательные инновации связаны с рисками, зачастую имеют необратимый характер. Очень важно отработать механизм, позволяющий ускорить процесс генерирования новшеств; следует создать условия вложения средств (инвестирования) с целью коммерциализации новшеств, их внедрения.

Говоря о специфике академического инновационного университета как образовательного феномена XXI в. используем понятие «рынок инноваций». По своему содержанию рынок инноваций это сфера обмена между экономически свободными разработчиками и потребителями инноваций, функционирующая благодаря структурам, реализующим рыночный обмен инновациями, а также благодаря государственной и региональной поддержке в виде определенных льготных условий и стимулов.

Рынок инноваций включает в себя новые научные и технологические решения, обращающиеся по правилам интеллектуальной собственности; новую научную информацию, обращающуюся по правилам объектов авторского права; наконец, новые научно – образовательные услуги.

В процессе становления академического инновационного университета важно создание такой предпосылки, значительно ускоряющей темпы развития, как инновационная инфраструктура; рыночная ориентация инновационной инфраструктуры в этом процессе будет определять её способность обеспечивать выполнение всех функций в условиях современной рыночной экономики, возможность адаптации к постоянным динамическим изменениям. Инновационная инфраструктура академического инновационного университета в этой ситуации должна включить в себя такие блоки-системы, как систему информационного обеспечения, обслуживаемую социо-техническими аппаратно-программными комплексами, которые обеспечивают инновационную базу оперативно достоверными данными и знаниями, необходимыми для качественной реализации инновационного проекта и дающими возможность доступа к этим инновационным базам данных и знаний на различных условиях (в том числе коммерческих) для всех заинтересованных; систему инструментального обеспечения, обслуживаемую социо-техническими аппаратно-программными комплексами, реализующими связь этапов процесса создания инновационного проекта: маркетинга, экономического обоснования, разработки инновационного проекта – новой системы (инновационного проекта), сертификации и сервисного обслуживания; систему поддержки создания новой конкурентоспособной наукоемкой продукции, образовательных технологий и нововведений и их практического освоения в образовательной среде.

Переход современного университета к инновационной стратегии должен базироваться на ряде доминантных потребностей; в том числе можно утверждать, что любая концепция развития крупной общественной структуры (к которым относятся сферы науки, образования, инновационной активности) исходит из наиболее важных, приоритетных потребностей общества, которым она служит. Доминантной потребностью является и комплексная потребность в безопасности человека, общества и цивилизации, а развитие науки, образования и инновационной деятельности должно способствовать удовлетворению этой комплексной потребности. Образованию всегда отводилось большое значение в решении задач обеспечения безопасности, но наука и образование не просматривались ни в одной концепции национальной безопасности страны с точки зрения их собственной безопасности для общества и государства; безопасности качества, надежности, состояния науки для самой науки и образования; безопасности образования для самого образования, науки и общества.

Доминантой общественной и государственной безопасности, обусловленной качеством науки и образования, является прогнозирование, своевременное создание и выявление назревающих в обществе, экономике, биоэкологической среде глубинных изменений с учетом объективных и субъективных составляющих, а также соответствующая подготовка к ним общества, науки и образования –

общественного интеллекта в целом. Ущерб безопасности обществу может наноситься как при отставании от этих назревающих изменений (вследствие непрогнозирования этих изменений или пренебрежения ими) или, напротив, их «опережении», т.е. их внедрения в общественную жизнь до того, как общество будет к ним подготовлено, – мы говорим о соблюдении неких ограниченных для человека и общества «ритмов осознания» изменений и обновлений, которые возникают в обществе, включая и сферу образования: здесь актуализация инновационной деятельности выдвигает проблему безопасности инноваций. Анализ условий формирования и использования инноваций, развития инновационных процессов позволяет установить основную суть проблемы безопасности инноваций в сфере университетского образования. Она заключается в прогнозировании, анализе, предупреждении возможных негативных последствий внедрения нововведений и услуг инновационных проектов, инновационных организационных форм в общественную жизнь, в разработке и внедрении организационно-экономических методов и способов, направленных на снижение и устранение негативных последствий.

Направления активизации инновационной деятельности и ожидаемые результаты инновационных процессов должны подвергаться контролю с точки зрения их безопасности, экспертизе, прогнозированию и аналитической оценке возможных негативных последствий внедрения ожидаемых инноваций в сферу образования. Эта аналитико-экспертная работа в области инновационной деятельности должна стать частью разработки любого инновационного проекта, подготовки к его внедрению в практику. Это относится и к развитию организационных форм инновационной деятельности, создаваемых по условиям рыночной экономики, и к развитию инновационной инфраструктуры современного университета. Интегральную же безопасность инноваций следует рассматривать как совокупность, состоящую из ряда составляющих, каждая из которых характеризует отдельные стороны, грани интегральной безопасности инноваций, речь идет о рациональной экологической безопасности, о таких сторонах безопасности инноваций, как информационная, экономическая, психологическая, социальная, правовая.

Наконец, важным в определении специфики инновационных процессов в пространстве современного университетского образования является вопрос о соизмеримости традиций и нововведений. Не отрицая стабилизирующей роли традиций и развивающей роли нововведений, важно найти методологические пути для того, чтобы рассмотреть возможности позитивного взаимоотношения этих двух феноменов в сфере университетского образования, переосмыслить степень их противоположности: традиция может быть рассмотрена не только как резерв консерватизма, но и как охранительно-поддерживающий фактор, создающий необходимую базу, гарантии безопасности для инновационных проб. Кроме того, успешные нововведения, вступающие в фазу своей рутинизации, сами формируют элемент традиционности. Нельзя отрицать и существование инновационных традиций, поощряющих интерес к новшествам.

Рубеж XX–XXI вв. сформулировал устойчивые проблемы, стоящие университетским образованием, те проблемы, которые определяют направление будущего развития этого социального института.

Социуму нужен социальный институт, способный объединить прошлое, настоящее и будущее, сформировать единство преемственности в культуре, эффективной ориентации человека в современной жизни и его готовность приблизить будущее. Возможно это в силу того, что в университете объединены такие системы, как образование, культура, наука, а одна из миссий современного университета – миссия обеспечения механизмов устойчивого развития общества. Сегодня можно услышать рассуждения об утрате университетом своей специфики и значимости. Перестал ли университет быть социальным институтом? Когда-то Ю. Хабермас писал: «Институция сохраняет свою способность функционировать до тех пор, пока она воплощает в жизнь присущую ей идею» [1].

Роль, которую играет в жизни социума современный университет, говорит о том, что он является противовесом тем тенденциям, которые угрожают как его стабильности, так и развитию всего общества; университет сегодня удовлетворяет потребности общества в формировании нового типа профессионала, способного в силу сформированных ценностей, приобретенных знаний и навыков противостоять энтропийным процессам в обществе.

В работах по проблемам философии университетского образования сегодня широко используется понятия – «инновационная способность нации», «инновационное университетское образование», «социальные технологии». Однако сложность ситуации в том, что не существует работ, в которых инновационный опыт был бы представлен как целостность. Это отмечено А.Я. Савельевым: «Получается некая двухполюсная конструкция: на одном полюсе – философско-теоретический взгляд на проблему; на другом – рационализация учебного процесса за счет использования какого-либо фактора. Связать оба полюса и получить научное обоснование проблемы инновационного университетского образования пока не удастся. Например, влияет ли дополнительная инфраструктура предпринимательского характера на инновационную способность мышления выпускника технического университета? Неясно. Так же, как и

со многими другими нововведениями, которые не успели доказать свою жизнеспособность в современном информационном обществе. Другими словами, есть авторы-теоретики инновационного университетского образования; имеются авторы-практики обучения. Между ними нет промежуточных «прикладников»: проблема инновационного образования не проработана методологически» [2].

Сегодня университеты России лидируют в постановке и разработке концепций реформирования высшего образования активно разрабатывают тематику инновационного высшего образования, и становление инновационного образования в университетах России является важнейшей государственной задачей. Очевидна связь этого с необходимостью перехода к эффективной и гибкой социально-экономической системе жизнеустройства гражданского общества; действенным рычагом в государственной инновационной политике и является университет. При этом, говоря о проблеме инновационности университетского образования, подчеркнем, что она характеризуется не только такими новшествами, как многоуровневость, непрерывность, открытость. Сегодня важна разработка технологии реализации инновационного мышления, равно как важна и необходимость определения самого содержания инновационного образования. Одна из особенностей качественного изменения состояния университетского образования в том, что отвечая требованиям двадцать первого века, университетское образование должно превосходить основные тенденции будущей реальности, воплощая это будущее в новых формах и технологиях обучения. Между высшим образованием и жизнью должна сформироваться определенная информационная система, своего рода связующая инфраструктура образования, которая и будет обеспечивать трансляцию профессионально значимого знания в систему обучения.

Становление нового типа цивилизации – информационной – предъявляет иные требования к интеллектуальному потенциалу специалистов, формирует необходимость изменения системы образования, технологий, методик обучения, усиления действенности в развитии творческого мышления, его инновационности и прогностичности, становления так называемого «опережающего» образования: образование как сфера социальной деятельности должно опережать иные формы активности людей, и прежде всего хозяйственную деятельность; иное – наука, и, прежде всего, фундаментальная, источник наполнения «образовательного потенциала».

Опережающее университетское образование ориентировано на развитие у человека природной предрасположенности к получению знаний и переходу от концептуального осмысления действительности к решению прикладных, социальных, управленческих, организационных и технологических задач. Постиндустриальная эпоха накопила массу фундаментальных и прикладных знаний, создала огромный информационный ресурс; доминирующей целью становится создание новой конкурентоспособной продукции, новых рынков за счет управления знанием. Инновации в технике и технологии сегодня формируются на междисциплинарной основе, в результате передачи знаний из одной предметной области в другую: комбинация фундаментальных и прикладных знаний, их применение в практических целях становится главной задачей получившего университетское образование в его инновационной деятельности.

Список использованных источников и литературы

1. Хабермас Ю. Идея университета. Процессы обучения // *Alma mater*, 1994. – № 4. – с. 25.
2. Савельев А.Я. Пути развития высшего образования в СССР // *Высшее образование в Европе*, 1991. – № 3. – с.15.

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ОТЧУЖДЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Вторушин Н.А., старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Феномен политического отчуждения привлекает к себе пристальное внимание философов, социологов, психологов, это обусловлено актуализацией проблемы потери человеческой самоидентичности, конфликтом между актуальным существованием и потенциальным бытием, потерей контроля над продуктами труда, разрушением социальных взаимосвязей и так далее. Политическое отчуждение выступает как универсальная и многогранная категория, охватывающая широкий спектр социальных и социально-психологических процессов и состояний, характеризующих отношения человека с миром, но вместе с тем все еще носит описательный характер.

Философы, социологи, психологи, исследовавшие данный феномен, указывают на внешние, социально-экономические факторы политического отчуждения, которые обобщенно можно назвать цивилизационными процессами – индустриализация, бюрократизация и обезличенность, манипуляция потребностями, расширение предметного мира, частная собственность или, напротив, лишение человека частной собственности, а также на конечный результат, производимый этими внешними причинами на

психику человека – ощущения бессилия, бессмысленности, аномии, изоляции и самоотчуждения, тревожности, нарушения в межличностном общении, одиночество, чувство потери собственной субъектности.

Описательность и многообразность существующих трактовок политического отчуждения обусловлена тем, что наукой, прежде всего не выработана интегральная концепция самого социального субъекта – личности, которая, по меньшей мере, могла бы удовлетворительно объяснить социально-психологический механизм функционирования субъекта. Ценность изучения политического отчуждения заключается в его универсальности, обусловленной непосредственно его общеметодологическим смыслом как разрывом изначального единства социального субъекта и какой-либо его функцией. Реконструируя механизм политического отчуждения, можно одновременно решить и другую задачу – исследовать сущность субъекта и его основные функции, а также такие полидетерминированные явления, как потребность во власти, конформизм, агрессия, девиантность, аномия и прочие отрицательные аспекты развития личности.

Наиболее адекватный пример возникновения политического отчуждения отображён авторами «теории общественного договора». В теориях Гоббса, Локка, Руссо под политическим отчуждением понимается процесс обезличивания, деиндивидуализации социальных отношений, связанных с передачей прав личности государству. Суть концепции Гоббса сводилась по преимуществу к пониманию и интерпретации политического отчуждения как акта передачи определённых прав человека социальной системе в общем случае, а в частном – как добровольном ограничении (отчуждении) людьми своих прав для создания путём договора «искусственного тела» – государства. Первопричиной готовности людей прибегнуть к взаимному отчуждению собственных прав, как считал Гоббс, является их боязнь вернуться к тому естественному состоянию которое существовало до объединения индивидов в общество, то есть к войне, и не просто войне, а «войне всех против всех».

В теории Локка внимание сосредоточено на учении о естественном праве и общественном договоре. По его мнению, изначальное естественное состояние людей реализовывалось в условиях свободы, взаимной независимости, доброжелательства и относительного достатка, позволивших накопить частную собственность. И лишь тогда, когда происходит рост народонаселения начинают появляться признаки изменения естественного состояния в «войну всех против всех», люди были вынуждены осуществить переход к гражданскому состоянию, реформам государственного управления, которые были порождены стремлением сохранить свободу и собственность, приобретённую в результате труда.

Выдающийся французский просветитель Жан-Жак Руссо исследовал проблему политического отчуждения значительно шире и глубже, чем его предшественники. В творчестве Руссо концепция политического отчуждения была не только стержнем его версии теории общественного договора, но и основой всей картины социального мира, показывая, что все современные формы общежития – церковь, государство, нравы и искусство – являются отчуждёнными произведениями человеческих сил. Руссо доказал, что социальные институты обладают элементами отчуждённости. Характеризуя современное ему общество как отчуждённую социальную систему, Руссо выделил два основных типа отчуждения личности: самоотчуждение (то есть отчуждение, возникающее в результате противоречия человека с самим собой) и политическое отчуждение личности (обусловленное её противоречием с обществом или его институтами). При этом Руссо подчёркивал, что личность постигает тем больше политическое отчуждение, чем нравственнее данная личность и чем более явственно видит она всё «безумие человеческих учреждений». Руссо был, пожалуй, первым исследователем, обратившим внимание на тот факт, что политическое отчуждение обуславливает поведение личности и что сама личность является носителем и следствием процесса отчуждения.

Так, когда же возникает политическое отчуждение? Оно возникает тогда, когда человек передаёт свои права социальной системе, передаёт право властвовать над ним, вне зависимости от того, что является побудителем, то ли страх перед естественным состоянием (Гоббс), то ли боязнь за свою собственность (Локк) или что-то другое.

Хотя первоначально власть должна была выполнять положительные функции и помочь человеку в преодолении отчуждения («война всех против всех» – другими словами отчуждение человека от человека), она в дальнейшем приняла вид «власть ради власти». И, если перефразировать Вебера, стала отдаляться от человека посредством бюрократического аппарата.

Преодоление политического отчуждения возможно по нескольким направлениям: 1) это возвращение человека в естественное состояние, и придание власти её первоначальных функций «помощника» в преодолении отчуждения; 2) хотя политическое отчуждение и сохраниться, оно нужно для того чтобы преодолеть другие формы отчуждения; 3) также нужно создать такой механизм, чтобы власть не смогла обрести самостоятельную жизнь и жить ради себя. Только совместными усилиями власть и общество смогут преодолеть политическое отчуждение человека и отчуждение человека в целом.

В заключении подчеркнем, что ни одна из существующих концепций преодоления отчуждения человека не имеет шанса на успех, так как все они рассматривают процесс отчуждения человека в одной плоскости, сознания, политики, экономики, образования, только рассмотрение отчуждения человека как многомерного понятия охватывающего все сферы жизнедеятельности человека поможет нам продвинуться по пути решения данной проблемы.

ПРОБЛЕМА ТИПОЛОГИЗАЦИИ ФЕНОМЕНА ОТЧУЖДЕНИЯ

Вторушин Н.А., старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Всё, что связано с человеком, носит неоднозначный характер. Так и типология проявления отчуждения человека имеет различные аспекты. М. Курелла [1.С.30] выделяет «нейтральное» и «враждебное» отчуждение. Д.Н. Приходько [1.С.30] выделяет три сферы для анализа типологии отчуждения в современном мире. Первая сфера – типология отчуждения общества закрытого типа, вторая типология отчуждения – в обществах расширенного порядка, третья сфера – глобальная типология отчуждения.

Фундаментальная глубокая типология отчуждённых состояний тоталитаризма была предложена Н.И. Лапиным [1.С.31]. Он видит семь уровней отчуждения: отчуждение трудящихся от власти; отчуждение от результатов труда; отчуждение структуры производства общества от реальных адекватных потребностей населения; отчуждение народа от информации; отчуждение от личной безопасности; самоотчуждение общества от развития; отчуждение общества от правовой структуры; развитие мафии и теневой экономики.

Одна из наиболее фундаментальных типологий отчуждения в обществах расширенного порядка дана Э. Фроммом [1.С.33]. Он выделяет семь видов отчуждения: отчуждение от творческой спонтанной деятельностью; отчуждение от другого человека; отчуждение от самого себя; отчуждение от власти; отчуждение сознания от творческого мышления; отчуждение от продуктов своего труда; отчуждение от природы.

Типология отчуждённых отношений глобального уровня представлена А.П. Дубовым [1.С.32]. Он выделил десять видов отчуждения: отчуждение от продуктов производства; средств труда; самого труда; другого человека; самого себя; общества; природы; сознания; самосознания; жизни.

Как мы видим, существует множество различных форм отчуждения, но для того чтобы вплотную подойти к снятию отчуждения, нельзя не упомянуть о классификации П. Сорокина [2.С.153]. С небольшими дополнениями она будет выглядеть так:

- генетическое (биологическое, первичное, врождённое) отчуждение;
- социальное (приобретённое, вторичное) отчуждение.

Так же нужно выделить:

- преодолемое отчуждение;
- непреодолимое отчуждение.

Отчуждение адекватно историческому процессу. Одни формы отчуждения возникают, другие исчезают, возможны переходы из генетического в социальное, из непреодолимого в преодолимое отчуждение. В своей работе «Человек. Цивилизация» П. Сорокин писал: «Биологические основания неравенства: наследственность, борьба за существование, дифференциация – несомненно, препятствия серьёзные и громадные, но ... не непреодолимые» [2.С.165].

Если взглянуть на проблему отчуждения с точки зрения, к примеру, развития социума или сфер жизнедеятельности человека, то обнаружится, что во всех этих сферах присутствует отчуждение. I Политика. К ней относятся теории общественного договора. Гоббс понимал отчуждение людьми своих прав верховному суверену Левиафану как условие появления государства. II Социология. Вебер раскрыл значение формализации общественной жизни, бюрократизации ее институтов в механизме обезличивания человека, утрате или индивидуальной свободы. В этой трактовке отчуждение противопоставляется свободе. III Экономика. Руссо считал источником отчуждения и всех бед общества частную собственность. Сюда же относятся воззрения Маркса. IV Психология и психиатрия. У Хорме отчуждение – это отдаленность невротика от своих собственных чувств, желаний, веры и энергии. Вейс отмечает, что отчуждением – это отчуждение от самого себя V Антропология. Адорно считает, что не только не имеет смысла ставить проблему преодоления отчуждения личности и отчужденного общества, но и вообще ее выдвигать, ибо отчуждение атрибутивно вечно. Шехтель провозглашает отчуждение вечной субстанциональной сущностью развития общества и самого человеческого существования. У Фромма личность становится отчужденной от самой себя. VI Религия. Баррот считает, что человек утратил конкретную связь с трансцендентной реальностью существования, он выбрал свободу иметь дело с этим миром во всей его грубой предметности.

Проведя анализ философских изысканий, можно сделать вывод, что проблема отчуждения человека в том или ином плане рассматривается на любом из этапов развития философской мысли и эта проблема атрибутивно вечна всей истории развития человека и общества. Отчуждение человека проникает во все сферы жизнедеятельности человека и зачастую является определяющим фактором развития и существования, как человека, так и человечества в целом. Проблема заключается в том, что феномену отчуждения уделяется недостаточно внимания, оно (отчуждение) всегда рассматривается на втором плане философских проблем, и все рассуждения о нем носят описательный характер.

Приведенные типологии отчуждения свидетельствуют о том, что ни одно общество на современном уровне исторического развития не преодолело отчуждённые состояния. Преодоление этих состояний – это постепенный, эволюционный процесс. Преодолевая одни отчуждённые состояния, мы неизменно будем сталкиваться с другими, во многом нам неизвестными. В этом смысле отчуждение «вечно», оно будет существовать, пока сохраняется человеческая цивилизация. Но вполне реальной является теоретическая постановка проблемы минимизации отчуждения, практическая деятельность ориентирована на его смягчение, гуманизацию общества. Минимизация, а в последующем и преодоление отчуждения может начаться только тогда, когда общество и человек будут вместе идти к одной цели – цели ее преодоления.

Список использованных источников и литературы

1. Приходько Д.Н. Отчуждение и пути его преодоления. – Томск: Изд-во ТГУ, 1995. – 108 с.
2. Сорокин П. Человек. Цивилизация. – М.: Глобус, 1992. – 234 с.

ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЕ ИНТЕНЦИИ НЕКЛАССИЧЕСКОЙ ОНТОЛОГИЧЕСКОЙ ЭСТЕТИКИ

Думинская М.В., к.ф.н., доцент

Сургутский государственный педагогический университет

Динамичное раздвижение границ осмысления эстетического опыта начинает актуализироваться в горизонте онтологической проблематики, заданной развитием фундаментальных положений, заданных в неклассической философской традиции. Новые онтологические представления, сложившиеся в неклассической философии определили формирование новых эстетических параметров, создающих в целом эстетический образ онтологической картины мира и человека. Безусловно, онтологизация эстетического не является новым качеством для эстетической природы, поскольку как онтологическая составляющая она изначально свойственна философской картине мира и в той или иной степени выражения присутствует в философских системах, хотя и не всегда отчетливо представлена в своих завуалированных формах проявления. Именно в философских настроениях XX века онтологическая природа эстетического наиболее ярко заявляет о себе, свидетельствуя о серьезных эволюционных изменениях в философско-эстетическом сознании.

В частности существенное влияние на формирование и развитие онтологической эстетики в XX веке оказала феноменологическая эстетика, опирающаяся в целом на сформулированные Э. Гуссерлем концептуальные конструкции, которые в данном случае становятся предметом нашего внимания с целью артикуляции их методологической и эвристической значимости.

В центре внимания философских воззрений Э. Гуссерля оказывается человек как активный субъектный творец, ментально созидающий образ мира. Бытие человека стало осмысляться в контексте построения модели его «жизненного мира» как целостного, динамичного, изменчивого, сложно дифференцированного, но при этом «внутренне логичного, исполненного творческой энергии течения событий» [1.С.2]. Картина «жизненного мира», конституируемая в пределах «моего» сознания в рамках конкретного эмпирического опыта, выходит за границы конкретного понятийного мира, образуя некое общее для всех единство, вбирающее в себя все возможные и предельные состояния самопроявления в единое целое [2].

Концепция «жизненного мира» в его эстетически завершенной целостности получает свое дальнейшее развитие в философском направлении экзистенциализма представители которого (М. Хайдеггер, А. Камю, Ж. Сартр, Г. Марсель, Ф. Ницше, С. Кьеркегор, М. Бубер и др.) предлагают теоретическую и практическую модель эстетической наполненности жизни конкретного человека как «действующего», совершающего экзистенциальные поступки, определяющего характер отношения с миром. Черпая идейные истоки в философии жизни и в феноменологии Э. Гуссерля, экзистенциализм, как философское явление, в общей своей динамике характеризуется отношением к бытию как к целостности, отражающей нерасчлененную слитность субъекта и объекта. В стремлении воссоздать целостную картину мира, реальность стала осмысляться с позиций конфликтности бытия, выраженной в драматическом противостоянии человека непроницаемому для эмоционального восприятия миру.

Помещая человека в сердцевину бытийственного сюжета, представители экзистенциальной философии воспроизводили образное ощущение его погруженности в трагичность онтологической ситуации, где каждое усилие, способное вырвать из замкнутого пространства бытийной обреченности понимается и оценивается как экзистенциально значимое событие. Воспроизводится картина обретения мира, осуществляемого под воздействием изначальности эстетического переживания своего бытия-в-мире. Так безграничное пространство «жизненного мира» созидается из бесконечного множества различных картин бытия-в-мире, отражающих его целостность в конкретных восприятиях, присутствующего в мире субъекта.

Идеи целостного «жизненного мира», пронизанного интерсубъективностью, открыли огромное поле для эстетического осмысления реальности как сложной системы отношений человека и мира, позволили выражать специфику интенционального отношения начал, попадающих в единое поле *особого* сближения, действующего в пространстве эстетической событийности.

В осмыслении эстетической природы бытийствования весьма существенным является выдвинутое Э. Гуссерлем различие феномена (сознание как таковое) и явления (конкретных форм проявления сознания), определяющее возможность концептуального разворачивания идеи феноменальности осуществления эстетического, выражаемого в конкретных его формах проявления. Понятие интерсубъективности, изначально введенное Э. Гуссерлем для выявления тонкого диалектического отношения феномена и явления получает свое применение в более широком контексте и понимается как онтологический принцип диалогичности постигаемого мира. Выраженный в идее интенциональности, он становится условием раскрытия в явленной событийности бытия его феноменального плана, сокрытого в глубинах внутренней онтологической структуры.

Исходя из возможности интеллектуального созерцания сущностей, т.е. схватывания сущности безотносительно к опосредующей конструктивной работе мысли, Э Гуссерль приходит к позиции трансцендентальной феноменологии, в рамках которой становится возможным онтологическое познание. Осуществляя переход в трансцендентальную сферу чистого сознания, феноменология открывает собственную онтологическую глубину «жизненного мира», но при этом без утраты своих сущностных оснований. Трансцендентное оказывается доступно для постижения внутри феноменального измерения сущего, в котором происходит самораскрытие, «непосредственное усмотрение сущности» [2.С.172], отраженное в ее «чистой самоданности» [2.С.143], открывается непредметный характер бытийствования.

Согласно Гуссерлю, пробиться к феноменологическому пониманию сущего возможно через осуществление феноменологической редукции, цель которой состоит в том, чтобы «...создать универсум абсолютной беспредрасудочности посредством воздержания от всех точек зрения, в которых некое сущее оказывается заранее данным» [2.С.74]. Для этого необходимо «вынести за скобки» все ранее заданные установки, т.е. выключить из нашего восприятия внешнюю видимую реальность вещей, воздержаться от суждений о нем как о чем-то реальном. Вместе с реальным миром в эти «скобки» заключается и наше эмпирически данное «Я». Затем следует отказаться и от всех идеальных установок, так или иначе опосредующих эмпирическую данность бытия [2.С.22]. Благодаря воспроизведению феноменологической редукции мир обнаруживается как «имманентная трансцендентность» [3.С.209], обретаемая нами в качестве феноменов, раскрывающихся в освобожденном сознании. При этом переживание *воспринятого* по-прежнему остается восприятием «вот этой цветущей яблони в этом саду и т.д.» [3.С.76]. Это значит, что всё целиком и полностью сохраняется без утраты самого себя, но раскрывается только как феномен, внутри которого теряет свою силу противопоставление явления и сущности, субъекта и объекта, предмет раскрывается как переживание сознания, а сознание раскрывает себя через свое интенциональное отношение к предметному миру как Другому. Так в сфере феноменологического истолкования эстетическое получает возможность раскрываться в непредметности своего бытия как переживание сознания, очищенное в ходе редукции, которое может быть рассмотрено в модусе онтологической самоданности [4.С.344].

Феноменологическая редукция, определяющая переход в область постижения онтологической самоочевидности исследуемой предметности, по сути, заложена в основании перехода от обыденного восприятия к эстетическому. Восприятие как основополагающий исходный момент любой формы активности субъекта онтологически предполагает событие первоначальной встречи с Другим. Однако проблема здесь состоит в том, что в момент кристаллизации встречи Я и Другого «схватывается» не глубинная внутренняя суть Другого, а наше чувственно-образное впечатление о нем, которое зачастую носит иллюзорный характер. При этом все полученные впечатления о его внутреннем лике Другого крайне поверхностны, реакции на внешние проявления становятся лишь штрихами, случайно или сознательно, нанесенными на поверхность его внутреннего мира. Это обстоятельство создает определенный барьер в создании атмосферы событийной открытости, динамичности и полимасштабности отношения друг к другу событийных начал. Наличие предварительной установки обуславливает изначальную особенность эстетического отношения к предстоящей событийной встрече с миром Другого, который предстает перед нами не только в предметно явленной видимости, но, прежде

всего в ожидании раскрытия своего непредметного феноменального содержания. Перед нами открывается новое окно, через которое мы смотрим на мир, раскрывающимся перед нами в своей онтологической незавершенности, обладающего определенным порядком и смыслом.

Следуя логике феноменологической редукции, в эстетическом восприятии необходимо, чтобы наше *видение* вышло из круга обыденного восприятия вещей, стало эстетически событийным, энергичным, т.е. должно произойти своеобразное изолирование *воспринимаемого* из его реального окружения. Эстетически инициированное восприятие, таким образом, высвобождается от периферийных, отвлекающих и мешающих чистоте эстетического пробуждения чувственных данных, отстраняется от всего постороннего, что может разрушить соприкосновение с миром, затронувшим эстетически чувственное начало рецепирующего субъекта. Поскольку в реальном опыте это удовольствие может смешиваться с другими интенциями, например, познавательного или утилитарного характера, которые могут не только искажать, но и полностью вытеснять эстетическую интенцию в собственном смысле слова, не позволяя получать тот опыт созерцания, который связан с ее чисто эстетическим смыслом. Как пишет Н. Гартман, в процессе восприятия художественного творения «переживания, касающиеся предметов окружающего нас мира отодвигаются на второй план, утрачивая свое значение и силу» [5.С.133].

Речь здесь идет о необходимости переключения восприятия от собственно витальной составляющей, проявляемой на уровне непосредственного переживания (например, в чувствах приятного или неприятного) к ее сублимации. Поскольку эстетическая интенция восприятия предполагает не только импликацию чувственного переживания в витальный опыт человека, характеризующего низший, утилитарный уровень значимости эстетического, который, как известно, с позиций современной философии «не рассматривается в качестве собственной характеристики художественно-эстетической реальности» [6.С.187], обнаруживая свою неспособность раскрывать эстетическое в своей онтологической самости. В чувственном эстетическом переживании происходит снятие витальной эстетической составляющей. Извлечение эстетических смыслов репрезентируемого Другого предполагает сублимацию субъекта рецепции и освобождение чувственного переживания от чисто практических и теоретических предубеждений и смысловой нагруженности. Исследуя феномен проективности эстетического восприятия, И.А. Статкевич, обращает внимание на то, что эстетическое удовольствие человек получает не от окончательного понимания эстетической идеи, которая манифестировалась в творении, а от самостоятельного движения к ее открытию, от «самой возможности проникать в ее непостижимую для него глубину его (произведения), являющуюся таковой не вследствие своего собственного содержания, а благодаря указанию на какую-то сверхчувственную реальность» [6.С.164]. Это означает, что эстетическое чувство должно превосходить самое себя, т.е. выводить за пределы субъективной рецепции к восприятию самого себя как имеющего отношение к иной – ноуменальной сфере бытия.

Это событие-переход знаменует собой снятие первоначальной оппозиции и вхождение двух начал в пространство эстетической событийности. Субъект повседневной жизни переходит к позиционированию себя в качестве субъекта эстетического чувства. В свою очередь Другой переходит в иной онтологический статус событийности, являя собой эстетическую данность, как то, что способно производить нечто особенное – эстетическое чувство Другого. «Эстетическое чувство, – пишет Т. Адорно, – это не возбуждающее чувство; это, скорее, удивление перед созерцаемым как перед самым главным, самым существенным для наблюдателя; преклонение перед тем, что не выражается понятиями и в то же время ясно и определенно, ощущение его всевластия над собой, а вовсе не вырвавшийся на волю субъективный аффект – вот что в эстетическом опыте вправе называться чувством» [7.С.240].

Занятость эстетическим чувством погружает эстетического субъекта в эстетическую ситуацию событийности с Другим, которое по своей природе есть синергичное событие. Собственно, признание синергичности как онтологического качества со-бытийности, на наш взгляд, раскрывает глубину *феноменологического видения* как способа размывания границ «застывшей» картины мира Другого, лишенной чувства событийной динамичности жизни. Это есть возможность преодоления статичности, неподвижности, консервативности обыденного восприятия мира как такового, поскольку «застывшее» на самом себе *видение* исключает событие контакта с живым движением жизни, оказывается лишенным чувства жизни. О таком, лишенном чувства жизни, «разумном восприятии» говорил А. Бергсон, раскрывая его специфику через осмысление механизмов нашего мышления, имеющего «кинематографическую» природу [8.С.294]. Данный феномен характеризуется им как проявление механизма «механической иллюзии» [8], заставляющий навязывать картинку о жизни вдоль абстрактной временной оси механистического «становления» жизни» [9.С.71]. Получается, что мы отделены теоретическим мышлением от общего потока жизни в момент «схватывания» ее мгновенных «снимков», которые соединяясь между собой, создают иллюзию подвижности общего потока непрерывно становящейся жизни. Человек оказывается погруженным в рационалистически воссозданную иллюзию включенности в «длание» бытия, которая на самом деле способна воспроизводить лишь прерывистое

восприятие, сложенное из слепков непрерывно длящейся жизни. Собственно, это и порождает иллюзию подвижности «разумного восприятия». И даже если «целиком сосредоточится на переходе и посмотреть, что происходит между двумя мгновенными снимками», то мы по-прежнему получим один и тот же результат: «между двумя снимками можно лишь вставить третий» [8.С.294]. Бесконечное возобновление подобного действия не принесет ничего нового. Ведь последовательность выхваченных в своей неподвижности дискретных точек-состояний не составит непрерывности движения в его целостности его течения, что, напротив, свойственно природе эстетического восприятия как такового. Согласно концепции интегральной интроспекции сознания, «разумному восприятию» свойственна гомеостатическая фиксация, выраженная в сопротивлении творческому изменению во что-то иное, вступлении в конфронтацию с восприятием, которое «есть проявление в чем-то отличном от себя» [10.С.178].

Специфика эстетического восприятия в отличие от «разумного восприятия» проявляется в его «преображающей» природе, возводящей к самотворению, проявляемой в превосхождении разумного моделирования бытия, вращающимся в восприятии механистического «становления» жизни, получающим свое отражение в понятийно-теоретическом мышлении, как уже было сказано, прерывисто и дискретно сопровождающим непрерывный поток жизни. Иллюзорность кинематографического восприятия, согласно Бергсону, возможно прервать, став участником самого процесса *дления жизни*. «Поместитесь в изменчивость – вы разом схватите ту самую изменчивость, и последовательные состояния, в которые она могла бы – остановившись – превратиться в каждый момент» [8.С.295].

Сафаров И.Ш., рассматривая проблему соотношения иллюзии и восприятия в этом ключе, приходит к выводу, что «иллюзия – это следствие неполной осознанности восприятия события, ... неосознанности синергичной природы события» как способа устранения иллюзий восприятий неподвижного «застывшего мира» [9.С.71]. Как видим исходные феноменологические интенции воспроизведения эстетического восприятия высвечиваются и в контексте синергетического подхода. С позиций приложения синергетических принципов саморазвития к эстетическим системам бытийствования, мы видим, что при активизации смыслового аттрактора в восприятии должна произойти самоустановка, вступающая в противоборство с предзаданными эстетическими ценностями и категориями, сформированными в культуре. Последние с одной стороны обуславливают устойчивость и избирательность эстетически переживаемого события, но в тоже время порождают его инертность и стереотипизацию, что весьма затрудняет свободное протекание процесса подлинной эстетизации. Отталкиваясь от этих позиций, мы приходим к расширению горизонтов осмысления природы эстетического в контексте синергетических концептуальных построений, осмысляя включенность в процесс *дления жизни* как процесс обретения синергичной взаимосвязи с жизнью, как синергичное отождествление с жизненным потоком в целом. Эстетическое восприятие становится «живым» потоком синергетического *видения* самого движения жизни. В тоже время этот теоретически «обездвиженный» дискретный порядок подвижного бытия рассматривается в качестве необходимого механизма упорядочивания потока «живого» *видения*, обладающего некой антихаотической силой, способной выделять и запечатлеть «живые» моменты восприятия из общего событийного потока видения жизни.

Природа феноменологического видения отражается в специфике восприятия художественного творения, которое согласно М. Хайдеггеру, символизирует не самое себя, а нечто иное, вдвигает нас в развертость этого, «исторгая нас из среды обычного. И тронуться, тронуться с места, будучи послушным этому вдвиганию и исторжению, – значит преобразовывать все обычные связи и отношения к миру и земле и впредь оставлять про себя все свои привычные дела и оценки, чтобы спокойно пребывать внутри истины, совершающейся в творении» [11.С.301]. Взгляд на творение вырывает нас из повседневного хода вещей и выносит за пределы «здесь и теперь», сопровождаемый ощущением «иного места и времени» и есть *интуиция бытия*. Особо настроенное *видение* онтологической глубины художественного сотворенного мира, таким образом, открывает особый путь человека к постижению подлинности бытия, который эстетически включается в процесс онтологического потока жизни и этом смысле предстает как подлинно бытийствующее существо. М. Хайдеггер указывает на особую миссию эстетически воспринимающего субъекта – быть «охранителем» творения в его подлинности, а значит, быть «охранителем» свершившегося события феноменологического видения сокрытости художественного бытия Другого, посредством эстетически со-бытийной включенности в единый «жизненный» поток художественно-эстетического бытийствования. «Охранения творения в его истине, будучи ведением, есть трезвая настойчивость стояния внутри небывалой громадности истины, совершающейся в творении» [11.С.302]. В том положении наиболее ярко проявляется специфика онтологической значимости эстетически «живого» видения, возводящего на уровень преображающего со-бытийного самоосуществления инициированных по отношению друг к другу начал.

Постмодернистский проект развития философско-эстетических взглядов воссоздал «образ сверхсложного, хаотичного по своей природе мира, лишенного возможности своего позитивного постижения и линейной преемственности культурного развития, что по существу, является выражением

«кризиса метафизического, целостного мышления, уничтожения эстетической целостности мира» [1.С.67]. Постмодернистское настроение несет на себе печать разочарования в идеалах и ценностях, «усталой», «энтропийной» культуры, отмеченной эсхатологическими настроениями, эстетическими мутациями, эклектичным смешением художественных языков [12]. Концептуальное отрицание в эстетике постмодернизма «неправильной жизни» во имя ее перерождения и попыток создания новых локальных сценариев ее вывели на первый план идеи карнавализации повседневного, иронического отношения к действительному, привлечение провокационного перформанса, провозглашение актуальности эстетизации уродливого, ужасного, неприятного и т.д. При этом драматизм и конфликтность жизненных смыслов заявили о себе с особой остротой и напором, побуждая человека к необходимости дерзновенного порыва «скинуть с себя все привычное» [13.С.270], расширить свое пространство, примеряя на себя те или иные художественные миры, мысленно погружаясь в их образы и картины. Иными словами, речь идет об актуализации деятельностной природы эстетического начала, что в социокультурной практике приобрело вполне реальное и широкое применение, продиктованное стремлением человека существовать по законам образно воссозданного мира, воспринимаемого в качестве единственно желанной и идеальной реальности. Но одновременно с этим пробуждается желание воздействовать на сознание массового потребителя, которое далеко не всегда несет в себе в экзистенциально-позитивную направленность, а, зачастую, напротив, оказывается инициализированным весьма прагматичными интересами, преследующими совершенно неэстетическую цель – использование эстетических средств для создания механизмов, регулирующих определенные социальные, экономические, политические процессы и отношения. Сегодня мы являемся невольными свидетелями массового формирования определенных мирозерцательных координат, которые предполагают осуществление жизни по определенно заданной модели. Эта ситуация в свою очередь порождает проблемы иллюзорного восприятия подлинной реальности, подмену видения и избрания собственного пути навязанной стратегией «лучшего», «успешного» бытования, которая становится мерой определения экзистенциального псевдоисполнения для всех и каждого в отдельности.

Концептуализация эстетического в постнеклассической культурной ситуации по своей исходной интенции это, прежде всего, онтологическая эстетика, в которой учитывается опыт фундаментальной неклассической онтологии. Современная теоретическая мысль располагает довольно разнообразным спектром интерпретаций, так или иначе раскрывающих онтологическую сущность своеобразия эстетического начала, тем самым расширяя смысловой универсум данного феномена, что в свою очередь открывает перспективу для содержательного понимания его далеко неоднозначных конститутивных построений. Среди авторов этих исследований следует назвать С.С. Аверинцева, В.Д. Губина, А.Л. Доброхотова, Э.В. Ильенкова, В.А. Конева, Н.А. Кормина, М.А. Лифшица, С.А. Лишаева, Н.Б. Маньковскую, Б.В. Маркова, Е.Н. Некрасову, В.В. Подорогу, Н.Н. Трубникова, И.А. Статкевич и др.

При онтологическом подходе эстетическое не редуцируется ни к одному из своих собственных онтологических моментов, а рассматривается как феномен, «не конституируемый институционально (эстетическое здесь не есть то, что принято в качестве «эстетического» определенными институциями: музеями, прессой, медиа, благотворительными фондами, академическими кругами и т. д.), оно также не может быть сведено к чувству, переживанию, как не может быть редуцировано к тому или иному типу «эстетических» вещей, восприятие которых можно было бы рассматривать как эстетическое восприятие» [14]. В результате онтологическая эстетика позволяет удержать равновесие и не потерять понимание эстетического как феномена отличного от чувственного вообще и не растворить эстетическое в трансэстетическом, что зачастую встречается в философско-эстетических исследованиях постмодернизма.

В онтологической эстетике эстетико-онтологическое отношение Я и Другого открывает событийность в горизонте эстетического свершения. Эстетический феномен сам понимается как самораскрытие, т.е. то, что «само-из-себя показывает» (Хайдеггер) и имеет, как справедливо отметил С.А. Лишаев, «событийную природу» [14]. Событие предстает как «событие бытия», «событие самораскрытия бытия» (Хайдеггер), которое свершается внутри нашего бытия-существования, т.е. имеет под собой онтологическую основу человеческого существования, становится свершением «моей» экзистенции как подлинной. Так в воззрениях М. Бахтина категория «событие» получает глубокое философско-эстетическое наполнение, выступая одним из фундаментальных экзистенциально-онтологических оснований жизненной реальности. Он полагает, что эстетические проявления бытия изначально укоренены в различных сферах жизни, «эстетическая деятельность собирает «рассеянные смыслы мира» и создает эмоциональный эквивалент и ценностную позицию, с которыми настоящее, и проходящее в мире реальности обретает ценностный событийный вес, что делает реальность причастным бытию и вечности» [1.С.65]. С концептуальных позиций постнеклассических онтологических подходов эстетическое рассматривается в расширенном горизонте феноменологически разворачиваемой событийности. Внимание акцентируется на экзистенциально-онтологической заинтересованности

человека в эстетически свершаемом событии встречи с Другим, чувственно данным в его различных модусах бытийствования.

Феноменальность эстетического, таким образом, при всей сложности содержательной проявления и всем разнообразии его возможных дефиниций в неклассической онтологической эстетике выступает носителем специфически человеческого со-бытийного отношения бесконечно многогранного, охватывающего все богатство существующих отношений и способов бытийствования человека. Осмысление эстетического как феноменального «события бытия» получает дальнейшее развитие в наших исследованиях, исходя из понимания феномена эстетически событийной вовлеченности в поток жизни как свершающегося экзистенциально значимого события. Мы полагаем, что событийная природа эстетического свершения проявляется в свойственной взаимообратимости имманентно-трансцендентной процессуальности осуществления, что наиболее точно схватывается в понятии «перехода», понимаемого как *событие перехода* от феноменальной явленности бытия, изначально взятом в модусе наличного, предметно-данного, к его ноуменальной глубине, сокрытой в своей онтологической изначальности, влекущей к себе как бесценному эстетически событийному источнику преобразования жизни. Такое актуальное событие в экзистенциальном свершении личности рассматривается в качестве онтологически значимого и самоценного «события бытия», способного внезапно вырвать человека из повседневного течения жизни в некие иные метафизические уровни бытийствования.

Список использованных источников и литературы

1. Наджафарова А.Н. Отражение эстетических модусов бытия в философских концепциях разных эпох [Электронный ресурс]: диссертация ... канд. филос. наук: 09.00.04. – Москва: РГБ, 2009. – 163 с.
2. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Т. 1: Общее введение в чистую феноменологию / Э. Гуссерль. – М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. – 232 с.
3. Гуссерль Э. Картезианские размышления / Э. Гуссерль. – СПб.: Наука; Ювента, 1998. – 316 с.
4. Мотрошилова Н.В. Идеи I Эдмунда Гуссерля как введение в феноменологию. – М.: «Феноменология-Герменевтика», 2003. – 720 с.
5. Гартман, Н. Эстетика / Н. Гартман. – М.: Изд-во иностр. лит., 1958. – 692 с.
6. Статкевич, И.А. Проективная природа художественного восприятия [Электронный ресурс]: Дис. ... д-ра филос. наук / И.А. Статкевич. – М.: РГБ, 2009. – 353 с.
7. Адорно Т. Эстетическая теория. – М.: Республика, 2001. – 288 с.
8. Бергсон А. Творческая эволюция. Пер. с франц. – М.: КАНОН-пресс, Кучково поле, 1998. – 384 с.
9. Сафаров И.Ш. Философско-эстетические аспекты творчества (Синергичный подход) [Электронный ресурс]: диссертация ... канд. филос. наук: 09.00.04. – Москва: РГБ, 2005. – 183 с.
10. Сатпрем. Мать. Трилогия. Т.1: Божественный материализм. – СПб.: Мирра, 1996. – 428 с.
11. Хайдеггер М. Исток художественного творения // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX – XX веков: трактаты, статьи, эссе. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – 512 с.
12. Маньковская Н.Б. Эстетика Постмодернизма. СПб.: Алетейя, 2000. – 347 с.
13. Григорьева Т.П. Образы мира в культуре: встреча Запада с Востоком // Культура, человек и картина мир. – М., 1987. – С. 262 – 299.
14. Лишаев С. А. Эстетика Другого: эстетическое расположение и деятельность: Монография.— Самара: Самар. гуманит. акад., 2003. – 296 с.

УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ

Карташова А.А., ассистент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Образование представляет собой сложную систему, в которую включены различные подсистемы: каждая из подсистем решает свои задачи и имеет определенную структуру. Университет, на наш взгляд, занимает в этой системе особое положение, так как традиционно именно университет как образовательная система включает в себя такие подсистемы как организации по дистанционному и непрерывному образованию.

Свою историю университет берет со второй половины V в. до н.э. как один из Европейских центров развития культуры. Говоря об университете, обратимся к Эдгару Морену, французскому философу, социологу и продолжателю традиции европейского рационализма [1.С.27].

В одном из своих трудов Э. Морен пишет: «Универсальная проблема, затрагивающая каждого гражданина нового тысячелетия, такова: как получить доступ к информационным сведениям о мире и как сформировать умение последовательно излагать и организовать эти сведения? Как воспринимать и

понимать Контекст, Глобальное, Многомерное, Сложное? Чтобы уметь соединять и организовывать накопленные знания и тем самым осознать и познать проблемы мира во всей их глубине, необходима реформа мышления. А такая реформа является парадигмальной, но не программной. Это фундаментальный вопрос для науки и образования, поскольку он касается нашей способности организовывать знания» [2.С.12].

Эта проблема сохраняется и в современности, так как знания разделяются, дробятся по различным дисциплинам и не дают целостного знания, которое так необходимо нашему обществу. «Из-за этого становятся невидимыми: Контекст, Глобальное, Многомерное, Сложное» [3.С.8]. По словам Э. Морена, чтобы мы могли организовывать наши знания надлежащим образом, учёные и преподаватели должны обучать видению четырёх этих аспектов [3.С.8]. В России имеются благоприятные предпосылки использования этих идей в университетском образовании [4.С.42]. К концу 1990-х гг. преподаватели познакомились с понятиями и идеями синергетики [5.С.160]. Осуществление на практике соответствующих образовательных программ успешно достигнуто в Саратовском университете [6.С.43]. Укреплению этой тенденции служит формирование философии образования. Обосновывая её как особое направление гуманитарной мысли, А.П. Огурцов и В.В. Платонов подчёркивают, что благодаря ей, «не просто осознаются, но и конструируются и новая область исследований, и новые подходы, и новые методики совместной деятельности» философов и педагогов [7.С.4]. Причём развитие этой исследовательской области приводит к объединению ранее разобщённых усилий исследователей различных специальностей. Это приводит к осмыслению как целей, так и содержания образования, адекватного потребностям «информационного общества» [7.С.5].

Но, несмотря на благоприятные предпосылки к улучшению качества образования, было бы ошибкой полагать, что будущее университетов России является ясным и безоблачным. Можно полагать, что состояние современного университетского образования является кризисным. Причин этому несколько.

Первая связана с тем, что человечество постепенно перешло от индустриальной эпохи к обществу знания, но осознание этого не стало всеобщим. При этом большинство профессоров, составляющих костяк преподавательского корпуса наших дней, сами получили образование в университетах, работавших в «индустриальной» традиции. Психологическая логика, состоящая в том, что если человек добился профессионального успеха на базе полученного образования, то он должен воспроизводить его методы и традиции, приводит к усилению консерватизма по отношению к необходимым преобразованиям. Максимум, на что соглашаются «консерваторы поневоле» – это пересмотр содержания программ и курсов [8.С.60].

Вторая причина, затрудняющая анализ кризиса в высшем образовании, связана с его ползучей массовизацией. Еще, казалось бы, совсем недавно человек, получивший высшее образование, имел на рынке труда неоспоримые конкурентные преимущества просто в силу того, что такое образование имела относительно небольшая часть трудоспособного населения. Теперь ситуация резко изменилась. В развитых странах высшее образование получает значительная часть населения. Следствием этого процесса стала частичная передача функций среднего образования высшему. Обостряется проблема выравнивания знаний и умений студентов, пришедших в вуз с существенно разным уровнем подготовки. Затягивается выход молодежи на рынок труда. Стираются различия между элитными и рядовыми университетами.

Третья причина связана со снижением общекультурного уровня значительной части преподавателей [9.С.24-26] вследствие сокращения доли свободного времени, необходимого для самообразования и самосозидания [10.С.31-35].

Четвертая причина, отчасти скрывающая суть кризисных явлений в университетском образовании – это внедрение новых методов и форм обучения с использованием современных информационных технологий. Применение этих технологий создает иллюзию модернизации образования, хотя его цели и способы их достижения по существу остаются неизменными [11.С.271–275].

Общепризнанным является феномен все убыстряющегося обновления знаний практически во всех областях человеческой деятельности. Однако тот факт, что шестилетний цикл получения высшего образования превышает по продолжительности период «полураспада знаний» в большинстве областей, пока не привел к широкому обсуждению коренного вопроса о смысле высшего образования в новых условиях.

Из сказанного выше следует, что, прежде всего, требует пересмотра цель высшего образования. Поскольку трансляция знаний при их быстром устаревании уже не может рассматриваться как главная задача образования, в массовом высшем образовании основной целью становится ориентация человека в потоке обновляющейся информации. Целью университетского образования должно стать формирование у выпускников навыков генерации нового знания в областях, к которым это образование относится. Только в этих условиях университеты смогут справиться с важнейшей социальной задачей: подготовкой интеллектуальной элиты общества, – которую не может решить массовое образование.

Такое переосмысление цели университетского образования заставляет посмотреть на него не как вершину образовательной пирамиды, а как на пусть и очень важное, но, все же, промежуточное звено в системе *life long learning*, т.е. пожизненного образования. В этой системе именно университет занимает центральное место.

Именно университет позволяет транслировать и обновлять духовную культуру. Значит, создавая интеллектуальные средства и ресурсы для выхода из кризиса в образовании, следует изучать возможности российского университета. Сегодня он находится не просто в состоянии напряжённой динамики, но и на развилке путей в будущее. В такой ситуации необходимо изучать природу образовательной деятельности в более широком контексте, помогающем сопоставить университет с другими фундаментальными социокультурными институтами [12.С.12].

В современном образовании образуются двусторонние связи российских университетов как с отечественными, так и с зарубежными высшими и средними школами, промышленными, торговыми, посредническими фирмами, НИИ и др. В связи с этим в прессе дискутируется возможный выигрыш и урон от вступления России в Болонский процесс.

В обстановке стремительной глобализации, последствия которой для России ещё не вполне ясны, на университет ложится сложная миссия объединителя традиций отечественной, западной и восточной культур. Ценностные основания такой интеграции ещё только формируются [13.С.14–16]. Критерием их жизнеспособности послужат и плоды университетского просвещения.

Вариантов для преодоления рассмотренных недостатков современного университета можно предложить много, но мы остановимся на двух основных. Одним из перспективных направлений развития университета является смена его организационной структуры. Традиционная факультетско-кафедральная структура вуза давно себя изжила. Существование «выпускающих» кафедр приводит к тому, что руководство этих кафедр, сформировав преподавательский состав, «заточенный» на подготовку специалиста определенного профиля, всеми силами стремится сохранить соответствующую специализацию как можно дольше, даже в том случае, когда потребность в специалистах этого профиля обнулилась. Ведь у него нет преподавателей для разработки новой специализации, а имеющиеся преподаватели не мотивированы к кардинальному обновлению «портфеля» своих курсов. Какой же выход из этой ситуации можно предложить?

Кафедры в вузах можно и нужно сохранить. Однако из центров реализации учебных программ они должны превратиться в центры компетенций. Главная задача заведующего кафедрой должна состоять в аккумуляции преподавателей, способных к участию в реализации широкого спектра программ высшего и дополнительного образования. Программы же должны превратиться в проекты, реализуемые командами администраторов и преподавателей под руководством директора программ, который приглашает преподавателей с разных кафедр, ориентируясь, прежде всего, на потребности программы. Таким образом, современный университет должен перейти к классической матричной структуре, где заведующие кафедрами и руководители программ находятся на одном уровне управления.

На наш взгляд, идея о новой структуре учебных подразделений университета вполне прозрачна и понятна. Однако ее внедрение даже на уровне обсуждения вызывает резкое противодействие вузовского общества. Причина сопротивления понятна: при такой схеме руководители факультетов и кафедр теряют значительную часть своих властных полномочий. Более того, от них требуется освоение навыка непрерывного поиска и привлечения новых преподавателей, основным элементом которого является мотивация специалистов на работу в вузе. В интеллектуальной сфере одним из ключевых факторов мотивации является работа в продуктивной инновационной среде под руководством сильного лидера. Отсюда становится понятно, какими качествами должны обладать руководители центров компетенций. У всех ли нынешних деканов и заведующих кафедрами они наличествуют? Вопрос звучит почти риторически. Требуются перемены в психологических установках людей, а осуществление этих перемен, как известно, дело исключительно трудное.

Помимо проблем, связанных с необходимостью коренного изменения организационной структуры вузов, существуют и трудности подготовки преподавателя вуза нового времени.

В первую очередь, это должен быть человек с широким и постоянно расширяющимся кругозором, способный и мотивированный не только к получению новых знаний для их последующей трансляции, но и к самостоятельной генерации этих знаний, т.е. рассматривающий собственное непрерывное образование как неперемный элемент поддержания своей индивидуальной конкурентоспособности. Такой человек, в силу указанных качеств, обладает достаточной гибкостью для успешного «встраивания» в разнообразные программы, ориентированные на целевые аудитории, различающиеся по возрасту, опыту и образовательным потребностям. Заметим, что такой «идеальный» преподаватель должен быть лишен академического снобизма и негативных черт индивидуализма, часто присущих университетской среде. Преподаватели должны видеть преимущества такого паттерна поведения. Пока преподаватель, стремящийся к самосовершенствованию, будет уравниваться с коллегой,

ориентированным на стабильное извлечение дохода из уже имеющегося у него знания, надеяться на трансформацию вузовской системы бесполезно.

Заметим, что описанные проблемы университетов характерны не только для России. И это, в определенном смысле, наш шанс. Если мы не будем соревноваться с ведущими вузами мира, а, осмыслив современную ситуацию, начнем отрабатывать инновационные решения в этой сфере, у нас есть шанс войти в университетскую элиту мира.

Таким образом, университетское образование представляет собой сложную систему, в которой переплетаются интересы различных социальных групп, возникают и решаются проблемы, происходит непрерывное движение и изменения.

Список использованных источников и литературы

1. Князева Е.Н. Об Э. Морене // Вызов познанию: стратегии развития науки в современном мире / Отв. ред. Н.К. Удумян. – М.: Наука, 2004.
2. Морен Э. Образование в будущем: семь неотложных задач / пер. Е.Н. Князевой. – Юнеско, 1999.
3. Морен Э. Принципы познания сложного в науке XXI века // Вызов познанию: стратегии развития науки в современном мире / Отв. ред. Н.К. Удумян. – М.: Наука, 2004.
4. Пугачёва Е.Г. Синергетический подход к системе высшего образования // Высшее образование в России, 1998. – № 2. С. 41–45.
5. Синергетика и образование: Сб. ст. М.: РАГС, 1996. – 220 с.
6. Трубецков Д.И. Две культуры не по Чарльзу Сноу (о преподавании курса «Концепции современного естествознания» в СГУ) // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. 2003. – Т. 3, – вып. 2. С. 66–74.
7. Огурцов А.П., Платонов В.В. Образы образования. Западная философия образования. XX век. – СПб.: РХГИ, 2004. – 520 с.
8. Материалы конференции «Учёные и университеты России в условиях переходного периода» (17–20 сентября 1998 г., г. Ульяновск) / Под ред. В.А. Бажанова. – Ульяновск, 1998. 86 с.
9. Пойзнер Б.Н. Элита в сознании университетского культуролога // Alma mater. – 1994. – № 1. С. 24–26.
10. Захарова Э.А., Пойзнер Б.Н. Проблема образования и ницшевский идеал самосозидающей личности // Вестн. высшей школы. – 1992. – № 4-6. С. 32–35.
11. Хабаева И.М., Богомолова О.И. Высшее образование и форма собственности // Социология и социальная антропология: Межвуз. сб. / Под ред. В.Д. Виноградова, В.В. Козловского. – СПб.: Алетейя, 1997. – С. 271–275.
12. Соснин Э.А., Пойзнер Б.Н. Университет как социальное изобретение: рождение, эволюция, неустойчивость. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2004. – 184 с.
13. Мотрошилова Н.В. Идеи единой Европы: философские традиции и современность. Ч. 1 // Вопр. философии. 2004. – № 11. С. 3–18.

ФИЛОСОФИЯ В НАНОТЕХНОЛОГИЯХ

Ключникова Ю.О., студент

Национального исследовательского Томского политехнического университета

Термин «нанотехнология» был употреблён впервые в отношении производства изделий размером в несколько нанометров учёным Норио Танигути в 1974 году. Но всё началось несколько раньше. Первое упоминание методов нанотехнологии связывают с выступлением профессора Калифорнийского технологического института Р.Фейнмана перед Американским физическим обществом. Лекция носила поэтическое название «Как много места там, внизу» (29 декабря 1959 год), в ней предполагалось, что при помощи манипулятора, соответствующего размера, возможно, механически перемещать одиночные атомы. Такой процесс, по крайней мере, не противоречил бы известным физическим законам. Этот манипулятор он предложил сделать следующим образом: необходимо построить механизм, способный создавать свою копию, только на порядок меньшую. Созданный меньший механизм должен опять создать свою копию на порядок меньшую и так до тех пор, пока размеры механизма не будут соизмеримы с размерами одного атома. Последний этап – полученный механизм соберет свою копию из отдельных атомов. Принципиально число таких копий неограниченно, что позволит за короткое время создать любое число этих машин. Такие машины смогли бы способом «поатомной» сборки собирать макровещи [1]. Пока что задуманный механизм не был создан, но идея дала зачатки этой науки.

После этого в мире нанотехнологий началось постепенное развитие: люди научились видеть в нано мире, заметили возникновение квантовых эффектов. Серьёзным прорывом стало открытие в 1985

году фуллеренов – молекул, состоящих из 60 атомов углерода, расположенных в форме сферы. Сфера – самая совершенная геометрическая форма, а углерод – элемент, образующий самое твердое вещество на Земле. Из углеродных сфер люди начали создавать нано трубки, затем стало известно, что нано трубки обладают электропроводностью, а значит, возможно, построение нано электроники. Таким образом, наука вышла на такие уровни познания окружающего мира, которые можно приравнять к прорыву в «глубокий Космос».

Нанотехнологии открыли огромные перспективы для развития таких сфер как медицина (блокировка или активация ген), электроника (это сложные приборы сверхмалых размеров, управление которыми позволит в будущем создать сверхмощный двигатель).

Давайте сформулируем общее определение «нанотехнологий» (Приставка *нано-* образована от греческого слова «nanos» – карлик) – это одна из высокотехнологичных отраслей современной науки и техники, которая занимается исследованием атомов и молекул и созданием из них широкого спектра различных изделий. Небольшая предыстория появления этой сферы деятельности и определение показывают нам, что в настоящее время тема нанотехнологий стала наиболее актуальна, потому что достижения в данной области ведут к революции в электронике, медицине, искусственном интеллекте и других сферах человеческой деятельности [2].

Нанотехнологии – это всепроникающая деятельность. Поэтому мы можем сказать о специфике этой сферы не только с практической стороны – то есть создание материальных объектов, обращенных на природный мир, но и с культурной – это нацеленность на конструирование социального мира.

Изменения, которые несут в себе нанотехнологии, заставляют философию науки выделить новую сферу, которая является результатом проведения всестороннего анализа и пересмотра некоторых базовых ценностей – это нанофилософия.

Для исследования влияний новых технологий философия ставит множество разнообразных задач, попытаемся выделить несколько из них.

Первое – это необходимо понимать, что влияние нанотехнологий влечет за собой изменение таких понятий, как «мышление», «сознание», «жизнь» и многое другое. Нанотехнологии создают пространство, в котором человек может расширяться, развиваться, открывать для себя все больше новых возможностей, все это будет причиной изменения духовной жизни человека. Если вовремя не заметить это, то, возможно возникновение мировоззренческого кризиса. Таким образом, можно сказать, что нанотехнологии – это путь к созданию новой цивилизации с присущим ей набором ценностей и идеалов, а значит, необходимы основательные философские и методологические исследования, осмысления для создания и внедрения новой системы знаний и предотвращения вышеупомянутого кризиса, который может приобрести глобальный характер.

Если не возникнет необходимая философская деятельность, то человеческое мышление подчинится технике и станет создавать ее как самоцель. То есть здесь мы уже ведем речь о том, что люди должны продолжать философскую деятельность, ставить себе новые цели даже после возникновения новой цивилизации. Человек не должен останавливаться на достигнутом, ни в коем случае не должен переставать мыслить. Эта ситуация, которую не следует допускать и здесь берет свое начало вторая задача философии – это не подчинение мышления технологиям. То есть не нанотехнологии как цель, а осознание цели для нанотехнологий.

И третья задача философии может предстать перед нами, как только мы попытаемся ответить на вопросы: «А каковы эти цели создания нанотехнологий? В каких сферах мы можем применять все эти знания и открытия?». Значит человек, внедряясь в такие наукоемкие технологии и используя их, должен осознавать практическую, социальную культурную и др. цели развития этой сферы и стараться достигать их.

Нанотехнология характеризуется всеобщностью в форме междисциплинарного характера, проявляющегося в отношении к отдельным отраслям науки и технологиям производства. Она носит междисциплинарный характер, поскольку наноуровень есть общее основание для физических, механических, химических, органических соединений. Также следует помнить, что нанотехнологии влияют на все социальные и духовные сферы. Давайте рассмотрим некоторые сферы влияния новых технологий и проанализируем, какую реакцию можно ожидать при широком развитии технологий.

Прежде всего есть надежда, что современные технологии будут использованы как ресурсо - сберегающие технологии, с помощью которых будет решена одна из глобальных проблем современности – снята острота экологического кризиса [3]. Возможно, что материала для нанотехнологий хватит на многие десятки поколений. Ожидание, что проблема между природой и техникой будет хотя бы сведена к минимуму.

Хотя существует и совершенно противоположная реакция. В наше время эксперты видят потенциальную опасность компонентов нанотехнологических производств для окружающей среды, воздействие которых на окружающую среду и человека не известно и до конца не изучено. Полагают, что такие компоненты станут принципиально новыми загрязнителями, к борьбе с которыми

промышленность окажется не готова. Кроме того, принципиально новые химические и физические свойства таких компонентов, позволили бы им беспрепятственно проникать через существующие системы очистки, включая и биологические, что приведет к взрывному росту числа аллергических реакций.

Вспомним высказывание Эдуарда Теллера, одного из создателей термоядерной бомбы: «Тот, кто раньше овладеет нанотехнологией, займет ведущее место в техносфере следующего столетия». Не смотря на правильность хода мыслей, овладение сферой нанотехнологий не должна становиться предметом соперничества. Она обладает столь мощным потенциалом, что нужно вести разработки в этой области полностью открыто, с тщательным контролем. Но наличие перспектив создания новых вооружений с использованием новых технологий и их быстрого производства является причиной для серьезного беспокойства.

В культурной сфере нанотехнологии вызывают двойственное мнение – с одной стороны это надежда и ожидание на что – то новое, с другой стороны – это страх. Страх непредсказуемого поведения наносистем, их выхода из-под контроля человека. Но практика развития компьютерных систем показывает, что ничего подобного не происходит и не собирается происходить. Опасность такого рода возникнет только тогда, когда система осознает саму себя и у неё появятся собственные цели.

Давайте подойдем к такой позитивной оценке развития человечества как, например малые, но качественно организованные величины. И это означает только одно – торжество качества над количественными характеристиками – то есть подавление массового элитным.

Например, биологические науки уже предполагают развитие технологии генных меток, поверхности для имплантантов, антимикробные поверхности, лекарства направленного действия, тканевая инженерия, онкологическая терапия. Таким образом, мы видим, что в будущем медицина и ее методы станут намного эффективнее, а это значит, что будут решены многие проблемы связанные с лечением опасных заболеваний. Возможно, что употребление таблеток и простых препаратов будет намного действенней, чем в наше время. Так же можно сказать, что человек может не бояться процесса и результата какой-либо по сложности операции, ибо, используя нанотехнологии, медицина может достичь непревзойденной точности. Мы можем предположить, что внедрение новых технологий непосредственно в тело человека может увеличить его естественные способности.

Так же космос как сфера применения нанотехнологии откроет перспективу для сверх охлаждающих материалов, многофункциональных, беспилотных космических аппаратов, само собирающихся орбитальных и планетарных комплексов, все это ведет к углубленному изучению космоса и открытию новых и неизведанных человеком космических пространств. И снова мы видим положительное влияние новых технологий в данной сфере деятельности.

Рассмотрим влияние новых технологий на сферу строительства. Во-первых, используя такое свойство нанороботов, как создание себе подобных, строительство может пойти быстрее а во -вторых намного качественнее.

Известно, что существует идея создания наноклипсов, которые предполагают производство новых тканей, покрытие стёкол, «умных» песков, бумаги, углеродных волокон. Так же существует идея создания, с помощью новых, технологий защиты от коррозии способами нанодобавок к меди, алюминию, магнию, стали и другим материалам.

Существует вид страха, связанный с нанотехнологиями, более приближенный к реальности. Если предположить, что над новыми технологиями контроль получает узкая группа лиц, то с помощью новых технологий такая группа способна установить абсолютную диктатуру, управляя процессами (в том числе биологическими и психическими) на молекулярном уровне.

Давайте подведем итоги по всему вышеупомянутому материалу. Нанотехнологии будут способны существенно повлиять на все аспекты развития самых разнообразных сфер деятельности человека. Попытка осознания смысла и значения этих технологий в жизни современного человека и будущих поколений предоставляется – нанофилософии. Вполне возможно, что нанофилософия станет базовой философией этого столетия. Поскольку мы не имеем результата окончательно сформированной цельной системы знаний и не знаем, каким путем пойдет развитие самих нанотехнологий, мы можем лишь прогнозировать основные параметры всей этой будущей философской системы.

Список использованных источников и литературы

1. ЛЕБЕДЕВ М. В. // ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРИМЕНЕНИЯ НАНОТЕХНОЛОГИЙ.htm
2. <http://Нанотехнология//Википедия.htm>
3. <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000992/st000.shtml>

ТРАДИЦИОННАЯ КИТАЙСКАЯ ФИЛОСОФИЯ И ТРУДОВАЯ ЭТИКА КИТАЙЦЕВ

Сущенко О.А., Николаев Ю.Ю., Коновалов П.И., студенты
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В своей статье мы бы хотели рассмотреть, каким образом традиционная китайская философия повлияла на трудовую этику китайцев на примере конфуцианского учения и военных стратагем. Существует множество трактатов, которые оказали неоспоримое влияние на китайское мышление, в том числе на формирование деловых отношений китайцев, как между собой, так и с иностранными партнерами.

Китайский деловой этикет является одним из самых древних в мире. Он складывался как часть политической и экономической культуры Китая еще в тот период, когда на Центральной равнине в середине I тыс. до н. э. существовало несколько десятков соперничавших между собой царств, а до формирования единой китайской империи еще оставались столетия.

Сохранение традиции – это именно та черта, которая сегодня объединяет людей разного происхождения, проживающих на территории КНР. Китайские традиционные манеры связаны не столько с какими-либо формами поведения, а больше с самой конфуцианской культурой. Поэтому неудивительно, что сам Конфуций уделял столько внимания церемониям, исполнению ритуалов и правильному поведению. Само слово «вежливость» переводится как «манеры», или «внешний вид в соответствии с ритуалами».

Китай – очень конкретная и строго прагматическая страна. Китайцы в плане ведения деловых отношений весьма прагматичны – им нужна непосредственная выгода. В предпринимательской деятельности они обычно не строят планы на несколько шагов вперед – китаец всегда стремится получить выгоду «здесь и сейчас» [1].

Но нельзя не согласиться с тем, что китайские традиции, конфуцианский подход к жизни также играют большую роль в деловых отношениях современных жителей Поднебесной. Конфуцианство – это национальная психология и деловая этика, она воплощена в обществе в виде писаных и неписаных законов, норм взаимоотношений и иерархий.

Центральным теоретическим памятником раннего конфуцианства является «Луньюй», представляющий собой свод изречений и бесед Конфуция, собранных воедино и обнародованных его учениками. Краеугольным камнем конфуцианских теоретических построений выступает учение об идеале личности – «благородный муж» (君子) [2].

«Благородный муж» — это лицо, воплощающее конфуциански идеального человека. Благородный муж должен отвечать всем требованиям носителя жэнь. Он должен быть человеколюбивым; искренним, честным; преданным делам государственным, осмотрительным; осторожным; неуклонно соблюдать правила. Следует всегда поступать правильно и справедливо, не спешить с решением сложных вопросов, уметь слушать других, вникать в суть дела, не разбрасываться на мелочи, избегать рискованных шагов и опасных поступков. К управлению следует привлекать мудрых и способных, которые обязаны нелицеприятно возражать правителю в случае необходимости, никогда не обманывать его успокаивающими заверениями. Управлять – значит поступать правильно [4].

Значимую роль в концепции Конфуция играет «путь золотой середины» – «самый высокий принцип добродетели». Конфуций советует в общении с другими «держатъ два конца, но использовать середину». Поиск «среднего пути» между противоречиями служилых людей позволяет им избежать «чрезмерности», смягчить противоречия и достигнуть компромисса. Но на компромисс, замечает Конфуций, следует идти не ради компромисса как такового, путем лицемерия, а для решения деловой проблемы. Называя лицемерие врагом добродетели, Конфуций призывает в общении с людьми, соблюдать меру: проявлять строгость без жестокости, а компромисс без лицемерия. Концепция компромисса, предложенная Конфуцием, – это один из источников современной теории компромисса в деловых отношениях [5].

Мудрость умелой администрации Конфуций видел в том, чтобы хорошо знать людей, их чаянья и чувства, чтобы идти впереди управляемых и трудиться ради них; вести их за собой, воздействуя на них своим умом, знаниями, добродетелями, личным примером. Во взаимоотношениях между людьми должны господствовать ритуально-церемониальные нормы.

Китайцы нередко заставляют приезжего поверить в то, что он стал частью их общества, что он превратился в «своего». Такой эффект достигается за счет совместных походов по магазинам, ресторанам, за счет проведения шикарных приемов иностранцам. Китайцы также могут подкреплять это комплиментами иностранному партнеру, к примеру, хвалить его китайское произношение, часто даже не вполне оправданно. Эта традиция берет свое начало из концепции патернализма в конфуцианстве, где государство рассматривается как одна большая семья, а деловые отношения в чем-то могут очень

напомянуть семейные. Но этот метод является обманным, так как призван завоевать доверие иностранца и склонить его на свою сторону.

Еще одним источником норм деловой этики в Китае являются китайские стратагемы. Издревле в Китае создавались учебники по воинскому искусству, рассказывающие, как победить армию соперника не столько путем прямого военного превосходства, сколько благодаря разного рода уловкам и обманам. Эти способы, которые принято называть стратагемами или планами, также оказали влияние на трудовую этику китайцев. Конечно, сложно найти применение стратагем в деловых отношениях в чистом виде, но все же какое-то представление о некоторых аспектах китайского бизнеса они могут дать. Даже современное китайское мышление само по себе стратагемно, оно базируется на запутывании противника, на создании «ложных целей», на большом наборе уловок и хитростей, которые пришли из глубины традиции. Что интересно, в равной степени это адресуется как иностранному партнеру, так и каждому соотечественнику.

Вот примеры и толкование некоторых из стратагем:

«*Вытаскивать хворост из-под очага*» – перед тем, как предпринимать какие-либо действия нужно лишить противника его ресурсов, узнать обо всех его связях и аргументах.

«*Убить чужим ножом*» – использовать кого-то другого, чтобы за вас сделали трудную или неприятную работу.

«*Расслабиться и ждать, пока противник истощит свои силы*» – дожидаться, пока у противника (или партнера по бизнесу) закончатся все его аргументы, узнать его сильные стороны, а самому ждать и не торопиться предлагать взамен что-либо.

«*Грабить во время пожара*» – воспользоваться неудачей в делах соперника, чтобы увести у него дело.

«*На востоке поднимать шум, на западе нападать*» – запутайте своего противника, не дайте ему понять, где будет нанесен главный удар.

«*Извлечь нечто из ничего*» – старайтесь сделать вид, что у вас много сил и влияния, хотя при этом все это может быть чистым блефом.

«*Для вида чинить деревянные мостки, втайне выступить в Чэньцан*» – противник до конца так и не должен узнать, какие реальные цели вы преследуете.

«*Наблюдать за огнем с противоположного берега*» – позволить соперники сражаться друг с другом, а самому оставаться сторонним наблюдателем.

«*Скрывать за улыбкой кинжал*» – с помощью гостеприимства и дружелюбия сделать так, чтобы противник ослабил бдительность.

«*Пожертвуйте сливой ради персика*» – пожертвовать малым, чтобы выиграть нечто ценное, с помощью обманного маневра пожертвовать другим, чтобы спасти себя.

«*Увести овцу легкой рукой*» – воспользуйтесь непрофессионализмом вашего противника, чтобы отобрать у него добычу.

«*Бросить кирпич, чтобы получить взамен яшму*» – отдать что-либо, не имеющее ценности, чтобы за это выманить что-либо ценное [6].

Китай – страна с очень строгой иерархической системой человеческих отношений, здесь очень важен деловой этикет, поскольку соглашения не всегда достигаются легко, а логика действий китайцев не всегда легко предсказуема. В рамках такого делового этикета существует множество уловок, связанных с национальными традициями и ритуалом общения. И если вы собираетесь каким-то образом связывать свою жизнь с этой страной (будь то деловые отношения, либо туристический визит), вам следует с уважением относиться к культуре и традициям Китая, принимать во внимание традиции и историческое прошлое этой страны и учитывать менталитет китайцев.

Китай – опытный, довольно жесткий партнер, нацеленный часто на перехват инициативы, на борьбу в бизнесе, подчинение чужих интересов своим, причем происходит все это может вполне в дружелюбной атмосфере. Но если суметь овладеть некоторыми основами делового этикета и хотя бы частично понять менталитет китайцев, то Китай может стать надежным и выгодным партнером.

Список использованных источников и литературы

1. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения. – М.: Рипол Классик, 2010. – 288 с.
2. Кравцова М. Е. История культуры Китая. – СПб.: Мир культуры, 2003. – 416 с.
3. Малявин В.В. Китайская цивилизация. – М.: АСТ, Дизайн. Информация. Картография, Астрель, 2001. – 632 с.
4. Антология мировой политической мысли. В пяти томах. Т.2. – М., 1997. – с.51.
5. Конфуций. Луньюй. Изречения. – М: Эксмо, 2009. – 400 с.
6. Малявин В.В. 36 стратагем. Китайские секреты успеха. – М.: Белые Альвы, 2000. – 192 с.

АДАПТАЦИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ К РЕАЛИЯМ МАЛОГО БИЗНЕСА

Корниенко Ан.А., к.т.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Управление знаниями – современная тенденция в менеджменте, закономерно развившаяся из управления персоналом. При этом в настоящее время управление знаниями остается преимущественно уделом крупных компаний. Это напоминает ситуацию со стратегическим менеджментом с 60-х по конец 80-х в США, когда управленческие технологии для прогнозирования изменений на длительную перспективу ещё не были внедрены в малых предприятиях; или же ситуацию с такой дисциплиной, как управление качеством, зародившейся в крупных корпорациях и лишь спустя 20 лет массово внедренной и в малом бизнесе.

Вместе с тем, малые предприятия крайне нуждаются в управлении знаниями. Для того, чтобы побеждать в конкурентной борьбе за локальные рынки, малому бизнесу крайне необходимо иметь значительно больше знаний об особенностях их аудитории, специфике потребляемых товаров и услуг, способах удовлетворить потребности своих клиентов лучше, чем крупные компании федерального масштаба [1.С.256-260].

Также для малых предприятий значительно острее, чем для крупных, стоит вопрос подбора квалифицированных кадров, потому что при равных условиях кандидаты с высокой квалификацией часто выбирают большие компании, так как в них потенциал развития, как профессионального, так и карьерного, как правило, выше. При этом система управления знаниями может помочь не только набирать на работу людей и с относительно невысокой исходной квалификацией, которых на рынке труда всегда в избытке и по невысокой цене, но и поддерживать стабильно высокий уровень обслуживания, каким бы ни был показатель текучести кадров.

Что делать предприятиям, у которых нет ресурсов не только для создания собственных корпоративных университетов, но даже и для выделения отдела развития персонала в своей организационной структуре? Ниже приведены некоторые рекомендации по адаптации известных методов управления знаниями для реалий малых предприятий.

С чего начать управление знаниями в небольшой компании?

Первым шагом является выявление носителей уникальных и полезных знаний. Обычно для этого производятся аттестации, анкетирование и другие масштабные процедуры [2.С.157-162]. Однако, для малого предприятия более актуальными становятся простые способы выявления ключевых компетенций. Во-первых, это ответ на вопрос: «Кому поручить сложную или нестандартную задачу?». Тот, чье имя первым приходит в голову, в подавляющем большинстве случаев и является носителем наибольшего числа ключевых компетенций.

Вторым простым способом является наличие отклонений вверх в результативности сотрудника более, чем на 30% от средней нормы для слабо формализованных задач. Очевидно, что для высокоформализованных, рутинных и регламентированных задач (например, прием заказа у диспетчера такси) имеет смысл рассматривать и меньшие отклонения, вплоть до 10%. Отклонения до 10% без достаточной базы для анализа следует относить к статистической погрешности.

Следующим шагом является выяснение разницы в компетенциях, порождающей разницу в результатах и формализация полученных данных в виде инструкций, шаблонов, упражнений или иных способах передачи знаний [3.С.112-120]. При этом существует немало противников формализации, аргументирующих свою позицию тем, что затраты на формализацию знаний в небольшом предприятии могут значительно превысить полезный эффект от внедрения изменений в процесс работы. Данный подход представляется полностью неверным в силу того, что осуществлять управление любым процессом можно лишь в том случае, если процесс поддается измерению. Неизмеримый процесс неуправляем. В то же время стоит отметить, что необходимая степень формализации действительно должна быть оценена адекватно важности передаваемого знания. Для экспресс-оценки предлагается использовать следующую матрицу:

Знание по степени формализуемости / Влияние на результат	Легко формализуемое (обработка стандартного документа)	Трудно формализуемое (написание рекламного текста)
Высокое	Описать точный подробный алгоритм	Создать руководство с большим количеством хороших примеров
Умеренное	Формализовать ключевые точки процесса	Ограничиться набором директив или максим
Низкое	Дать 1-2 критерия правильности выполнения	Игнорировать

Третьим этапом становится выбор способа передачи знаний. Здесь следует отметить важность такого зачастую недооцененного документа, как должностная инструкция. Действительно, о феномене «итальянской забастовки», подразумевающей работу строго по инструкции, известно многое. В то же время, сугубо формальное отношение к должностным инструкциям является неправильным их использованием. В малых предприятиях это порой приобретает черты фатализма из-за кажущейся невозможности полностью алгоритмизировать работу сотрудника, особенно в условиях, когда четкое распределение обязанностей в организации отсутствует из-за невозможности выделить отдельного сотрудника по каждой профильной специальности. Введем следующий критерий: хорошей и достаточной должностную инструкцию можно считать в том случае, когда она дает ответы на 80% ежедневных рутинных задач. При этом заметим, что для трудно регламентируемых профессий, таких, как, скажем, ученый-исследователь или преподаватель, инструкция не может быть исключительно алгоритмичной. Скорее, она должна включать в себя ключевые алгоритмы и процедуры, если они существуют, максимы в качестве ориентиров и конкретные примеры лучших практик как способы приложения максим к реальным ситуациям.

Если же в передаваемых знаниях есть большая доля формализуемых поведенческих навыков либо известно, что сотрудники регулярно допускают ошибки в рамках одного из разделов инструкции, то в таких условиях уместно использовать внутренние семинары или тренинги. Они позволяют быстро усвоить большой объем материала и дать немедленную обратную связь на качество выполнения участка работы. Важно при этом помнить, что методические материалы и должностные инструкции составляют комплементарную пару, дополняя и обогащая друг друга. Доля совпадений при этом в норме варьируется от 80% до 90%. Именно поэтому для компаний, в которых уже есть собственные носители знания, использование услуг сторонних тренинговых организаций становится целесообразным лишь в случае, когда знания усвоены всеми сотрудниками своей специализации, и их результаты отличаются менее, чем на 10%. В такой ситуации привлечение внешних знаний может дать новый импульс к развитию персонала компании.

Отдельно необходимо рассмотреть случаи, когда знания в компании трудно формализуемы. К примерам таких компаний может относиться, например, небольшая телевизионная студия. Работа репортера, продюсера, телеведущего является крайне сложно регламентируемой, особенно в условиях регулярного совмещения ролей, характерного для малых предприятий. Понятно, что и для них можно и нужно составлять должностные инструкции в соответствии с описанными выше рекомендациями, однако они будут явно недостаточными. В подобной ситуации наилучшими вариантами управления знаниями будут наставничество и участие в профильных сообществах для использования соответственно, накопленных внутренних знаний организации и обмена знаниями с внешней средой [4.С.98].

В этих условиях каждый опытный участник процесса является для остальных живым примером того, как можно поступать не в повседневных, описываемых в инструкциях, а в нестандартных ситуациях. При этом частый страх «утечки» знаний своих ведущих специалистов от участия в профильных сообществах можно признать малообоснованным в случае трудно формализуемых знаний – подобные отрасли зачастую подразумевают очень личный стиль работы каждого специалиста. В этом случае речь может идти только о передаче отдельных элементов знаний, органично вписывающихся в уже сложившийся стиль работы специалиста. В то же время, участие в профильных сообществах помогает сотрудникам ориентироваться в тенденциях развития отрасли и понуждает их искать новые источники знаний, которые они могли бы иначе не обнаружить.

Наконец, создание систем самообучения в компаниях на сегодняшний день изучено мало. Например, в корпорации Google присутствует, как минимум, один элемент такой системы – сотруднику предоставляется возможность тратить до 20% рабочего времени на собственные проекты и разработки, реализацию собственных идей, часть из которых впоследствии становится проектами компании, а часть способствует саморазвитию сотрудников. Насколько такие меры возможны к принятию в небольшой компании с ограниченными ресурсами, остается открытым для дискуссии вопросом.

Прибыль от управления знаниями вполне поддается оценке без внедрения сложных систем управленческого учёта. Можно выделить несколько простых инструментов оценки финансового результата от внедрения менеджмента знаний в малом предприятии.

Для начала, следует рассчитать стоимость внутреннего обучения сотрудника. Она складывается из разницы в производительности труда между стажером и обученным сотрудником, из затрат времени руководителя на обучение этого сотрудника и инфраструктурных затрат – постоянных издержек компании на одного сотрудника на период обучения:

$P(\text{об}) = \Delta(\text{пр}) * T(\text{об}) * \text{НП}(\text{чел}) + T(\text{рук}) * P(\text{рук}) + \text{TFC}/N(\text{чел}) * T(\text{об})$, где $P(\text{об})$ – стоимость обучения сотрудника, $\Delta(\text{пр})$ – разница в производительности сотрудника в %, $\text{НП}(\text{чел})$ – норма прибыли от сотрудника, $T(\text{рук})$ – время руководителя, затраченное на обучение сотрудника, $P(\text{рук})$ – зарплата руководителя, TFC – постоянные издержки компании, $N(\text{чел})$ – количество сотрудников компании.

Соответственно, зная стоимость обучения сотрудника, можно легко посчитать экономический эффект от ускоренного ввода сотрудника в должность:

$\Delta P = P(\text{об}) * T_2/T_1$, где T_2 и T_1 – срок обучения сотрудника после и до внедрения менеджмента знаний соответственно.

Во-вторых, важным показателем является снижение потерь от низкой квалификации, которое может выражаться в перерасходе материалов, потерях клиентов из-за низкой скорости обслуживания, необходимости повторного производства работ или оказания услуг по гарантии. Данный показатель приобретает даже больший, чем стоимость обучения, приоритет при наличии хотя бы одного из условий: стабильный спрос на товары и услуги компании, высокая текучка кадров, высокая маржинальность бизнеса. Если же имеет место сочетание условий, то данный показатель будет стабильно превышать стоимость обучения сотрудника.

$\Delta L = \Delta Q(\text{мат}) * P(\text{мат})$ для перерасхода материалов, где ΔL – изменение потерь, $\Delta Q(\text{мат})$ – разница в перерасходе сырья и материалов до и после внедрения управления знаниями, $P(\text{мат})$ – цена материалов, включая расходы на логистику и подготовку.

$\Delta L = P(\text{раб}) * \Delta Q$ для необходимости переделки работы, где ΔL – изменение потерь, $P(\text{раб})$ – стоимость работ к переделке, ΔQ – изменение количества случаев переделки за время набора квалификации сотрудником до и после внедрения управления знаниями.

Наконец, существует большое количество качественных показателей [5.С.322-324], которые улучшаются при внедрении в малом бизнесе управления знаниями.

Неспецифическими для малого бизнеса будут являться:

- 1) Повышение качества обслуживания
- 2) Рост лояльности клиентов

Специфическими для малого бизнеса будут являться:

1) Снижение зависимости бизнеса от текучки кадров и отдельных сотрудников (важно в случае того, когда сотрудников в компании мало и ушедшего сотрудника нечем заменить)

2) Снижение зависимости бизнеса от конъюнктуры рынка труда (особенно важно для случаев подбора специалистов «на стыке» специальностей, например, менеджер по продажам автомасел, который должен иметь и хорошую квалификацию продавца, и специфические знания продукции, почти никому вне отрасли не известной).

3) Снижение нагрузки на первое лицо – владельца – малого предприятия, освобождающее ему время на принятие стратегических решений и созданию условий для ускоренного развития малого предприятия (данный показатель значим при низком уровне делегирования, свойственном большинству малых предприятий в России в настоящее время).

Список использованных источников и литературы

1. Мильнер Б.З., Макаров В.Л., Маевский В.И. Инновационное развитие. Экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями // Под общ. ред. д.э.н., проф. Б.З. Мильнера. – М.: Инфра-М, 2010, 624 с.
2. Управление знаниями // Под ред. Т.Андреевой, Т.Гутниковой. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 208 с.
3. Мильнер Б.З., Румянцева З.П., Смирнова В.Г., Блинникова А.В. Управление знаниями в корпорациях: Учебное пособие / Под ред. д-ра эконом.наук, проф. Б.З.Мильнера. – М.: Дело, 2006. – 304 с.
4. Джанетто К., Уиллер Э. Управление знаниями. Руководство по внедрению корпоративной системы управления знаниями. – М.: Добрая книга, 2005. – 192 с.
5. Орлова Т.М., Гапоненко А.Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.

БИОЭТИКА: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОСТИ

Кузьмина А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

После того как наш мир перешагнул рубеж XX века, в нем выявилось множество изменений, которые произошли еще в прошлом веке. Исследователи считают, что еще не одно поколение людей будет изучать и осмысливать этот уникальный феномен в человеческой культуре. Нашу современную цивилизацию сейчас называют по-разному: и информационной, информационно-технологической, но в любом случае большой риск в условиях неопределенности средства, которые обеспечивают жизнь людей, трансформируются в средства разрушения. Человечество, развиваясь, всегда стремилось оценить и понять уровень развития связанный с культурой. Культура творится человеком, при этом она же делает его Человеком. В мире культуры очень широко известен немецкий ученый, а также философ Освальд Шпенглер (родивший в 1880 году, умерший в 1936 году) в своей книге, которая стала знаменитой, под названием «Закат Европы», он утверждал, что каждой великой культуре присущ тайный язык мироощущения, вполне понятный лишь тому, чья душа вполне принадлежит той культуре [1].

После того как исчерпывается желание человека творить наступает увядание культуры. Шпенглер предупреждает людей об этой опасности, которую несет с собой цивилизация как бушующая культура. Безусловно, нет ничего плохого в том, что человек старается практически благоустроить общество, которое в свою очередь дает людям определенные блага, но в то же время оно поглощает человека целиком, и в связи с этим в культуре не остается так называемых душевных сил.

Философ не против получения новых удобств и удовольствий для жизни людей, которые связаны с огромными достижениями научно-технической цивилизации, но он серьезно опасается, что это может вытеснить настоящую культуру из души людей, то есть подчинить их только удовлетворять свои естественные потребности.

Шпенглер по этому поводу говорил: «культура и цивилизация-это живое тело душевности и ее мумия»[2]. Эту трагическую фразу Шпенглера охарактеризовал наш русский философ Н. Бердяев, его современник. «Своеобразие Шпенглера в том, – писал он – что еще не было человека цивилизации... с таким сознанием, как Шпенглер, печальным сознанием неотвратимого заката старой культуры, который обладал бы такой чуткостью и таким даром проникновения в культуры прошлого. Цивилизаторское самочувствие и самосознание Шпенглера в корне противоречиво и раздвоено... Он не новый человек цивилизации, он - человек старой европейской культуры» [3].

Эта оценка Бердяева очень интересна и также актуальна в настоящее время, так как она может разделять позицию философов и современных ученых, которые здрава, осознают и понимают суть и смысл трагедии, которая надвигается, не только в культуре, но еще и в жизни людей.

Таким образом, по мере возобновления капитализма в нашей стране, в сердцах людей вспоминаются слегка забытые индивидуалистические отношения. Люди стали больше погружаться в чужую культуру и враждебную для нее общественную атмосферу, где деньги стали для людей не просто средством для существования, а стали занимать более главенствующую роль в жизни людей. А это, как известно каждому вовсе не безопасно.

На сегодняшний день, всем людям важно понять, что современный капиталистический способ научно-технического и технологического развития общества стал очень опасным, потому что постепенно исчезает душевное восприятие человеческой культуры из жизни людей. Сейчас самое время ограничить развитие общества в плане бесконтрольного использования материальных природных ресурсов. Теперь должны использоваться все гуманитарные возможности духовно-культурных ресурсов человека, потому что они ничем не ограничены по сравнению с жестко ограниченными природными ресурсами. С этим связана необходимость мобилизации интеллектуально-нравственного потенциала всех специалистов, чтобы они берегли мир природы. Это будет приводить к изменению самого главного ресурса общества и планеты – человеческого разума и совести. Для этого нужно сформировать новое мышление людей, и новую систему нравственных ценностей, которые будут ориентировать на духовное культурное саморазвитие человеческой схожести. Ради сохранения жизни на Земле, как биологической, так и социально-культурной нужно развивать новый тип общественного сознания и поведения людей. Такое нововведение объединения естественной природной среды и социально-культурной сферы общества было названо «ноосфера».

В.И. Вернадский особо подчеркивал то, что формируется людьми как продолжение организованности биосферы и как доразвитие ее основных процессов, которые обеспечивают обществу благополучие в мире.

Логика возникновения ноосферы в жизни человека тесно связана с постоянным расширением новых научных знаний о развитии мира, человека, общества.

Включение в деятельность ноосферы, созданное современным человеком, позволяет людям более быстро адаптироваться к новым условиям жизни и деятельности. Пока что эти процессы идут медленно, не запланировано внутри общества и почти не контролируются обществом. Именно эти процессы определяют стиль жизни и образ жизни большинства людей, а также выбор ими целей, а так же средств для достижения своего личного счастья.

На сегодняшний день стало ясно, что это является процессом разумной экологизацией всех форм общественного сознания у всех людей и народов Земли. Так как каждому народу и каждому отдельному человеку требуется найти свое место под солнцем, а точнее найти свое место в этом противоречивом современном мире, для того чтобы не стать в нем изгоем. Свое место, которое будет отвечать представлением человека о достижении жизненного благополучия, радости в своей деятельности. Потому что люди так устроены, что они постоянно беспокоятся обо всем, и о своем благополучии, и о судьбе своих детей, внуков, да и вообще о процветании своей страны и мира в целом. Однако если предположить будущие преобразования в мире, то в сознании рождается весьма мрачная картина рождения нового типа цивилизации, которое не просто подавляет душевное начало в людях, а даже уничтожает их первозданный мир культуры. Но, тем не менее, есть выход из этого мрачного, трагического прогноза, и он таков: нужно создать общество совестливых и разумных людей, в котором бы соединились и мирно взаимодействовали естественные творческие интересы человечества с естественными законами природы. Исходя из этого, самой актуальной становится задача формирования новой философии жизни на Земле, а также создания совершенно нового сознания людей – биоэтического, которое в основном опиралось бы на экологическую науку построения и изучения своего собственного дома на разумных началах. Это и есть осознание всеми людьми в мире своего места, своей роли в биосфере, в обществе как в едином природном и социально-культурном бытии. Это понимание каждым своей личности, ответственность за свою культуру, за культуру человечества. В связи с этим стоит обратить самое пристальное внимание на философское и научное наследие выдающегося ученого нашего времени, а также оригинального мыслителя Никиты Николаевича Моисеева, в котором происходящие в мире современные процессы, рассматриваются во взаимосвязи гуманитарных знаний и естественнонаучных знаний с философско-этнических позиций.

История человечества – это постоянные войны и жестокости, а также рост преступлений в «цивилизованных странах». Это наталкивает на мысль, что эгоизм, хищность и агрессивность являются природными свойствами человека, которые в целом искоренить невозможно. Но так, же мы в людях видим и положительное, например кода люди вопреки всему жертвуют собой во имя свободы, чести, справедливости и тому подобное.

Выводы о природе человека, о том кто он, и что он из себя представляет, противоречивы, это можно извлечь из истории и биологии. Думаю не случайно проблемой философов и ученых во все времена являлась и является природа человека. Так И. Кант взволнованный острыми противоречиями в жизни человека вводит понятие «экологический императив». Это понятие он рассматривает как повеление в душе человека, которое заставляет его совершать поступки, не думая о результате, а также вопреки своим собственным интересам, убеждениям и личной выгоде.

Категорический императив, или императив нравственности, формулируется И. Кантом следующим образом: «Поступай так, чтобы максима твоей воли в любое время могла бы вместе с тем стать принципом всеобщего законодательства». Вот это изречение Канта всегда было актуально, а на сегодняшний день для современного человека оно служит основной идеей для его выживания. Научно-технический прогресс, а также социальная несправедливость, при распределении достигнутых благ, как правило, ведет людей на край пропасти.

Сегодня никто уже и вовсе не сомневается о том, что нужны нравственные и правовые ограничители. Как подчеркивал Моисеев, без экологии духа, без воспитания человека, мыслящего глубоко и предельно ответственно, человечество не может избежать печально сложившегося прогноза. Нравственное развитие человека должно осуществляться только по законам красоты, любви, гармонии. Моисеев разработал и ввел в науку понятие «экологический императив», которое означает «ту границу допустимой активности человека, которую он не имеет права переступать ни при каких обстоятельствах» [4]. А в день его смерти, в феврале 2000 года на круглом столе одного из вузов по книге «Быть или не быть... человечеству» зачитали посмертное обращение Моисеева к людям, к молодым ученым, будущим специалистам и мыслителям «Сохранить Человечество на Земле!». Обращаясь к ним, а также ко всем людям на Земле он объяснял, что «новая цивилизация должна начинаться не с новой экономики, а с новых образовательных программ и новых научных знаний». Человечество должно научиться жить в согласии с природой и с ее законами. Люди должны воспринимать себя не господами над природой, а лишь частью Природы».

Эти слова величайшего ученого, а также мыслителя следует воспринимать как предупреждение и как моральное наставление к людям. Говоря о сохранении человечества на Земле, Моисеев особенно подчеркивал то, что самое ужасное не мусор и грязь в городе, на стройке, на заводе, на природе, а грязь, которая находящаяся в душе у людей. Ученый думал, что эта грязь порождающая небрежность к Природе, а также непонимание и неуважение законов ее развития, а самое главное – «сест недоброжелательность и агрессивность к ближним своим». В связи с этим он искренне дал понять всей общественности понять, что «преодолеть современные, а тем более грядущие экологические трудности, выжить в современных условиях, решить проблемы устойчивого развития сможет только по-настоящему интеллигентное общество». Это высказывание Моисеева в скором времени стало довольно таки широко использоваться в современном обществе. В связи с этим всем стало понятно что, для того чтобы выжить необходима новая жизненная мудрость, или новая культура мышления и социально-культурной

самоорганизации людей. Эта мудрость поможет людям осознать, что в современном мире для достижения безопасности улучшения качества жизни людей необходимы еще и гуманитарная философия, а также новая наука о жизни и деятельности, которые вобрала в себя знания и проблемы, связанные с осознанием потенциально возможной опасностью для человечества. Только при использовании новых знаний о природе, обществе и человеке могут появиться новые люди, которые будут специалистами своего дела. Именно экологический императив позволяет философски осмыслить и оценить по достоинству достижения современности.

Биоэтика как наука и философия жизни формирует принципиально новое – гуманное сознание не только у ученых и медиков, но и у всех специалистов, да и общества в целом.

Список использованных источников и литературы

1. Шпенглер О. Закат Европы. Т.1. – М, 1993. – С.342
2. Шпенглер О. Закат Европы. Т.1. – М, 1993. – С.538
3. Бердяев Н. Предсмертные мысли Фауста// «Литературная газета», №12, 22 марта 1989, – С.15
4. Моисеев Н.Н. Современный антропогенез и цивилизационные разломы. Экологополитологический анализ. – М., 1994. – С.8.

ЦЕННОСТЬ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРАВА КАК ФЕНОМЕНА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И ОБЩЕСТВЕННОГО БЫТИЯ

Миллер В.И., преподаватель

Сургутский государственный педагогический университет

И секулярный гуманизм и последователи неотолизма продолжают дополнять и углублять положения концепции естественного права, представленные в работах мыслителей Нового времени. В новоевропейской культуре концепция естественного права приобретала статус одной из ведущих парадигм философско-правового мышления, основывающейся на представлении об универсальном значении норм естественного права, которые были ориентированы на всех правоспособных субъектов. При этом, нормы выступили производными от теории естественного порядка, а в упорядоченном мироздании человек рассматривался как неотъемлемая часть макрокосмоса, позволяя людям связывать индивидуальное бытие с всеобщими первоначалами и первопринципами всего сущего. Идея естественного права ориентирована на то, что наряду с правом, созданным людьми и выраженным в законах («позитивным правом»), существует право как сумма норм и правил, продиктованных самим обществом, а также естественной природой и особенностью человеческого бытия. К числу таких требований относятся, например, право старшинства, право народов на самоопределение и так далее. Категория естественного права обрела статус в истории философско-политической мысли сквозной идеи, направленной на то, чтобы связать право с естественными началами бытия людей как разумных существ, с естественной природной средой, с человеческим бытием, с культурой и цивилизацией, поэтому естественно-правовые взгляды стали исходным пунктом философских трактовок права.

Как полагает С.Алексеев, понимание философской сущности права может быть достигнуто в том случае, когда оно рассматривается не только под углом зрения естественно-правового подхода как методологического принципа, но и в прямом сопоставлении с естественным правом как реальным фактом социальной действительности, т.е. с онтологической его характеристикой. Сами по себе требования, вытекающие из естественной среды, еще не являются правовыми требованиями и установками. Для того, чтобы приобрести правовой характер, они должны преломиться через правосознание, только тогда вытекающие из естественной среды требования приобретают облик правовых требований, а складывающиеся в соответствии с ними прообразы правил – характер прообразов юридических норм. Такого рода правовые требования и образуют непосредственное содержание естественного права [1.С.419]. Таким образом, естественное право, предстаёт как обусловленные природной и социально-естественной средой требования и установки, которые, преломляясь через правосознание, его культурные коды, приобретает характер идей разума, а отсюда – правовой облик и в соответствии с этим выступают в виде правовых требований и прообразов (или в ином словесном эквиваленте – первообразов) юридических норм – норм позитивного права.

И. Покровский пишет о существенной особенности, заключенной в том, что само по себе естественное право не может и не должно по своей сути выполнять функции, присущие позитивному праву, – выступать в качестве регулятора поведения людей – непосредственно критерия юридической правомерности или неправомерности этого поведения, иначе ни о законности, ни о верховенстве права в обществе не может быть и речи [2.С.60]. Однако это не преуменьшает роли естественного права в социальном регулировании. Непосредственно выражая требования и идеалы, основанные на природных естественных условиях жизнедеятельности людей, право в виде идей разума выступает в качестве идей базисного основания позитивного права, его предосновы, что обуславливает методологическое значение естественного права.

Необходимо отметить, что появление юридиико-аксиологического подхода связано с формированием естественноправовых воззрений, с различием права естественного и права позитивного (властно данного, искусственного, произвольного, официального, волеустановленного и т.д.). В естественноправовой аксиологии естественное право как воплощение объективных свойств и ценностей «настоящего» права выступает в виде должного образца, цели и критерия для оценки позитивного права и соответствующей правоустанавливающей власти (законодателя, государства в целом), для определения их естественноправовой значимости, ценности; естественное право (как в доктринах юснатурализма, так и в философских интерпретациях естественного права) понимается как по своей природе нравственное (религиозное, моральное и т. д.) явление и исходно наделяется соответствующей абсолютной ценностью.

В.С. Нерсесянц полагает, что в понятие естественного права, наряду с теми или иными объективными свойствами права (принципом равенства людей, их свободы и т. д.), включаются и различные моральные характеристики. В результате такого смешения права и морали, религии и культуры, естественное право предстает как симбиоз различных социальных норм, как некий ценностно-содержательный нравственно-правовой (или – морально-правовой, религиозно-правовой) комплекс, с позиций которого выносятся то или иное (как правило, негативное) ценностное суждение о позитивном праве и позитивном законодателе (государственной власти) [3.С.58]. В силу такого подхода позитивное право и государство оцениваются не столько с точки зрения собственно правового критерия (тех объективных правовых свойств, которые присутствуют в соответствующей концепции естественного права), сколько по существу с этических позиций, с точки зрения представлений автора данной концепции о нравственной (моральной, религиозной и т. д.) природе и нравственном содержании настоящего права. Совокупность подобных нравственно-правовых свойств и содержательных характеристик естественного права в обобщенном виде трактуется как выражение всеобщей и абсолютной (также и в аксиологическом плане) справедливости естественного права, которой должны соответствовать позитивное право и деятельность государства в целом.

Интерпретация естественного права в современной науке глубоко специфична, что во многом обусловлено тем, что существенным образом изменились прежде всего взгляды на человека как носителя естественных прав. В противоположность доктринам прошлого, основанным на представлениях об изолированном, обособленном индивиде, философия и правоведение XX века рассматривают человека с точки зрения его социальных определений. В перечень естественных прав включают не только неотъемлемые права личности, призванные гарантировать ее независимость и защищенность, но и социально-экономические права человека, свободу объединения в политические партии и общественные союзы, права социальных общностей (например, право наций на самоопределение, право народа устанавливать конституцию государства и т.п.). Новейшие естественно-правовые учения едины с теориями социального государства и плюралистической демократии. Кроме того, естественное право в этих концептуальных построениях не рассматривается как совокупность, раз и навсегда установленных разумом предписаний. Метафизическим и априорным доктринам эпохи Просвещения противопоставляют идеи «естественного права с изменяющимся содержанием» (термин введен немецким юристом Р. Штаммлером), принципы исторического развивающегося правосознания, нравственные и духовные ценности конкретного общества или народа. Естественноправовые воззрения в современной юриспруденции сочетаются с историческим и социологическим изучением правовых идеалов.

В научно-исследовательской литературе сформулирована идея о том, что равенство, свобода, справедливость, – это формально содержательные (а не материально-содержательные, теоретические) компоненты, свойства и характеристики права и правовой формы. Автор данной идеи В.С.Нерсесянц утверждает: «Как в онтологическом, так и аксиологическом и гносеологическом отношениях весьма существенно то обстоятельство, что свобода и справедливость только в их формальном (формально-правовом) выражении и значении, т.е. в качестве особых форм выражения и проявления общего смысла формально-правового равенства, могут вместе с принципом формального равенства (и не противореча ему) войти в единое, внутренне согласованное и непротиворечивое понятие права и быть составными компонентами, свойствами и характеристиками всеобщей правовой формы общественных отношений» [4.С.554]. Подобная последовательно формальная конструкция права означает, что в праве (и в правовой форме) есть лишь, то что есть в принципе формального равенства и выводимого из него (в форме нормативной конкретизации этого принципа права и его развертывания в систему норм равенства, свободы и справедливости). Такой подход дает возможность в русле юридического правопонимания учесть рациональные моменты и достижения как естественноправовой, так и юридиико-позитивистской мысли и одновременно преодолеть присущие им недостатки.

В отличие от естественноправового подхода (с его смешением формально-правового и фактического, права и морали, правовых и внеправовых ценностей, относительных и абсолютных ценностей и в целом смешанной формально-практической и морально-правовой трактовкой равенства, свободы, справедливости и права вообще) эта концепция права носит формально-правовой характер, адекватный праву как форме общественных отношений, что позволяет в онтологическом плане говорить о том, что компоненты данной концепции (равенство, свобода и справедливость и конкретизирующие их формы и нормы) являются чисто правовыми категориями, формальными по своей природе составными

компонентами, свойствами и характеристиками всеобщей правовой формы. В аксиологическом же плане эта концепция права позволяет утверждать, что речь идет именно (и только) о правовых ценностях, а не о моральных, нравственных, религиозных и иных неправовых ценностях. Правовые ценности – в силу абстрактной всеобщности права и правовой формы – носят по определению всеобщий и общезначимый характер [5.С.556].

Как утверждает В.С.Нерсесянц, с точки зрения проблем правовой онтологии следует отметить и неточность характеристики «права как совокупности норм» в качестве «безжизненной абстракции» – в противоположность юридическому отношению как некой живой реальности. Характеристика «безжизненная абстракция», если под ней имеется в виду формальность права, его абстрагированность от жизненной фактичности, в равной степени относится ко всем остальным юридическим феноменам (юридическому отношению, субъекту права и т.д.), да и ко всему праву в целом. И эти свойства права (абстрактность, формальность) не только не обесценивают право, правовую норму и т.д., но и напротив (оспаривая мнение Пашуканиса), позволяют праву быть формой выражения наиболее существенных сторон человеческой жизни, т.к. объективность права и объективность существования права состоят как раз в его абстрактности, формальности и т.д., в том, что право – абстрактная форма фактических социальных отношений, с непосредственной (внеправовой) социальностью. И именно в этом (формальном) смысле следует понимать распространенную характеристику права как социального явления [5.С.45].

Противоположна интерпретация социальности и объективности права, лежащая в основе характеристики соотношения правовой нормы и правового отношения Пашуканиса: «Право как объективное социальное явление, – писал он, – не может исчерпываться нормой или правилом, все равно записанным или незаписанным. Норма как таковая, т.е. логическое содержание, или прямо выводится из существующих же отношений, или, если она издана как государственный закон, представляет собой только символ, по которому можно судить с некоторой долей вероятности о возникновении в ближайшем будущем соответствующих отношений. Но, для того чтобы утверждать объективное существование права, нам недостаточно знать его нормативное содержание, но нужно ли знать, осуществляется ли это нормативное содержание в жизни, т.е. в социальных отношениях» [6.С.45]. Автор смешивает разные проблемы: онтологическую проблему бытия и существования права (включая в себя все правовые феномены, в том числе правовую норму, правоотношение и т.д.) как формы социальных отношений и проблему о социальных последствиях, социальном эффекте, социальной эффективности действия права. С точки зрения первой (онтологической) проблемы объективность бытия и существования права – это принцип формального равенства и его формообразования, формы его проявления, правовые феномены (правовой субъект, правоотношения, правовая норма и т.д.), т.е. объективности мира правовых формальностей.

Являясь способом конституирования социальной жизни, право проявляет свою статусную специфику в ряде функций. Так, коммуникативная функция права, проявляет себя в возможности права являться средством и формой цивилизованного общения между социальными субъектами. Право обеспечивает взаимодействие субъектов в строго ограниченных нормативных пределах, при этом проводит через всю систему общественных коммуникаций отчетливую демаркационную линию между должным и запретным, между тем, что способствует развитию цивилизованных отношений, и тем, что препятствует этому. В отличие от непосредственной и неформальной коммуникации повседневно-обыденного характера, правовая коммуникация носит формальный и строго функциональный характер. Она имеет антидеструктивную направленность и нацелена на то, чтобы предостерегать субъектов правоотношений от опасностей, которыми чреваты рассогласования между моделями должного социально-правового поведения и реальными действиями, пренебрегающими нормами права. Коммуникативные возможности права позволяют транслировать социально-нормативную информацию как в синхроническом (между современниками), так и в диахроническом (между поколениями) направлениях. Право в целом – это своеобразный передаточный механизм, обеспечивающий существование цивилизованного общества как единой системы коммуникаций, подчиненных нормативно-дисциплинарным взаимодействиям формально-юридического характера. При помощи правовых норм социальный порядок не просто поддерживается, а передается как традиция от одних поколений к другим. Формальная, организованная трансляция нормативности позволяет оберегать пребывающие под ее защитой ценности жизни человека и общества, культуры и цивилизации. Специальные организации и учреждения хранят, воспроизводят и накапливают нормативно-правовую информацию, содержат ее в необходимом состоянии для повседневного использования.

Список использованных источников и литературы

1. Алексеев С.С. Теория права. – М., 1994.
2. Право и идеология: проблемы исторических взаимосвязей. – М., 1991.
3. Нерсесянц В.С. Наш путь к праву: От социализма к цивилизму. – М., 1992.
4. Нерсесянц В.С. Правовое государство: история и современность // Вопросы философии. – 1993. – № 8.
5. Нерсесянц В.С. Философия права. – М., 1997.
6. Пашуканис Е.Б. Избранные произведения по общей теории права и государства. – М., 1980.

КОНСТРУИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА БУДУЩЕГО

Налетова А.И., ассистент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Сегодня бытие человека в большей степени определяется им же создаваемой реальностью. Причем реальность, которая рассматривается как познаваемая реальность есть результат конструкции. Создает эту конструкцию человек – познающее существо, которое осваивает реальность в определенных формах своей деятельности. Тем самым человек есть «познающее существо, которое живет в разных мирах, и что эти миры есть результат конструкции» [1.С.36]. Таким образом, создание, мысленное представление, творение – все это можно назвать одним словом – конструирование (от лат construction – построение).

Идея конструктивизма, как таковая, существовала еще в античной философии. В работах В.С. Швырева рассматривается проектно-конструктивная функция как производная от идеи рационально-теоретического познания, возникшая еще в античной философии. Рационально-теоретическое познание в лице античной философии и Древнегреческого Логоса «заряжено проектно-конструктивной установкой», что можно наблюдать еще в работах Платона – социально-политической утопии идеального общества. По мнению В.С. Швырева, это явилось «первой исторической формой развернутого социального проекта... без учения о подлинном мире идея невозможна была бы утопия как попытка реализации онтологически, познавательно заданного идеала в несовершенном земном мире» [2.С.26]. Таким образом, процесс конструирования предстает как идея рационально-теоретического познания, имеющая свою эволюционную историю и внесшая значительный вклад в философию культуры, античную философию в качестве революционного перехода от «мысли в мире» к «мысли о мире» (М.М. Бахтин).

В современном мире человеку не достаточно познавать действительность, знать процессы, явления настоящего времени. Один из основных вызовов для человека современного – построение желаемого будущего. Здесь применение методов прогнозирования выступает основным источником фактов – элементов, с помощью которых человек конструирует, создает образ будущего.

В понятие «образ будущего» Ф. Полак (1973) вкладывал смысл «позитивного идеального образа будущего», подобного тому, с которым работает искусство. А искусство, как известно, формирует будущее [3.С.47]. Таким образом, концепт «образ будущего» предстает как оптимальный и желаемый вариант на фоне многовариантности развития событий, созданный, сконструированный субъектом познания. Концепт «образ будущего» является основой научных направлений исследования будущего и одной из наиболее популярных тем современного конструктивизма.

Применение в исследовании понятия концепта основано на этимологии данного понятия. «Концепт, в отличие от формы «схватывания» в понятии (intellectus), которое связано с формами рассудка, есть производное возвышенного духа (ума), который способен творчески воспроизводить, или собирать (conspicere) смыслы и помыслы как универсальное» [4.С.1]. Отсюда, концепт обладает модальным характером знания. Применительно к исследованию, концепт будущего раскрывает субъективность конструирования образа будущего: человек строит систему из фактов реальности, пространяя взаимосвязи, он наделяет систему собственным смыслом, идеей. Построенный образ будущего не может быть до конца объективным.

Процесс конструирования будущего есть процесс познания человеком реальности посредством деятельности. В течение всей жизни, человек познает себя, мир, создает себя, окружающую среду, которая тем самым влияет на него, формирует самого человека и его личность. Познание себя происходит посредством формирования своей идеи, мысли, желания, осознания возможностей, осмысления своей идеи и ее влияния на личность. Но идея, сформированная человеком, не может жить сама по себе, она должна основываться на чем-либо (на субъективном/коллективном опыте) и быть адресована чему-либо – внешнему миру, неизменно получая при этом обратный импульс, отзыв внешнего мира, тем самым определяя свои роль и место в нем. Таким образом, происходит процесс познания человеком себя и мира. Однако в своих выводах, мы опираемся на положение теории Ч.С. Пирса о том, что жизнь мысли возможна только в знаках. Сам по себе знак как ментально-материальный феномен способствует не изменению нашего мира, а изменению наших представлений о нём. Одновременно мысль не может быть отделена от способов своего выражения, следовательно, мышление есть деятельность посредством знаков.

Останавливаясь на этой позиции, представим себе процесс конструирования будущего в следующей последовательности: Первичность, Вторичность, Третичность. (По Теории Трех интерпритант Ч.Пирса). Подчеркнем, при этом, что понятие «категория» у Пирса непосредственным образом связана с понятием «идея». Для Пирса «Первичность» – это «качество в возможности», неопределенное качество. На этом уровне объект идентифицируется, но не определяется. Пирс видел в Первичности необходимую предпосылку опыта. Уровень «Вторичности» – это уровень существования вещей, когда свобода идеи ограничивается «сопротивлением реальности», сообщая некоторую устойчивость вещи, вынуждая увидеть ее в множественности и индивидуальности, то есть устанавливаются отношения внутри вещи и вещи с действительностью. На уровне «Третичности»

утверждаются нормы существования вещи, то есть это – уровень закона, понимания. Идее на этом уровне сообщается статус реальности. Именно реальность, представленная как процесс конструирования, позволяет нам описать концепт «будущее».

Первичность – ощущение вещи, предчувствие ее существования при отсутствии детерминации, феномен данной категории познания – «качество в возможности», ощущение единого, целого, «чистого», определенного только на уровне качества («бытие красным, горьким, скучным, жестким, душераздирающим, благородным») [5]. На данном этапе происходит имплицитное знакомство: интуитивное, на уровне предыдущего опыта, определение возможности или вероятности, предварительное отождествление. На этом этапе мы можем говорить о предчувствии образа будущего. Как такового образа будущего еще нет, но есть ощущение возможности его детерминации. Возможность описания образа будущего рассматривается как монада, единое целое, установленное, неоспоримое: здесь не важно, какова именно Идея будущего, но сама возможность описания будущего, возможность детерминации Идеи будущего, построения будущего есть у каждого.

Вторичность – соотношение с миром фактов: идея в индивидуальности и в соотношении с другими существующими идеями реальности, определение границ идеи, ощущение не только Идеи, но и Другого – «отношение к...» или факт и реальность в соотношении/противопоставлении с Идеей, оппозиция Идеи и мира фактов. Описывая категорию Вторичности, Пирс пишет: «Мы воспринимаем внешние нам объекты, но то, что мы действительно получаем опытным путем – то, к чему слово «опыт» гораздо более применимо, – есть событие. При этом нельзя считать событие в точности объектом нашего восприятия, ибо это потребует от нас того, что Кант называл «синтезом схватывания», хотя в данном случае мы ни в коем случае не ставим себе задачей в точности следовать его определению» [5.С.137]. На данном этапе происходит логическое представление идеи, определение ее места в мире Другого, актуализация Идеи. На этом этапе процесс конструирования выражается в детерминации идеи, образа будущего и соотношения его с другими существующими альтернативами, отношении между образом будущего и миром фактов. Актуализация образа будущего происходит путем верификации его с фактами Настоящего. Образ будущего обретает свое первичное содержательное наполнение, формирующееся на основе фактов. Актуализация Идеи будущего представляет собой отождествление образа будущего и совокупности фактов Настоящего.

Третичность – категория синтеза, медиации, построения закономерности между Идеей и миром Другого, то, что является посредником между двумя вещами и их объединяет. На уровне «Третичности» утверждаются нормы существования вещи, то есть это – уровень закона, понимания. Идее на этом уровне сообщается статус реальности. Устанавливаются закономерности, взаимосвязи, взаимозависимости и правила взаимодействия Идеи и Другого. Формируется Образ будущего при построении взаимосвязей между конструируемой реальностью и образом будущего, выделяются закономерности, и как следствие происходит корректировка и окончательное представление в деталях такого образа.

Автономность каждой выделенной нами стадии становится очевидной при рассмотрении тех категорий, которые Пирс трактует как феномены восприятия и «которые предстают человеческому духу (mind) как чистая иллюзия, как восприятие, предчувствие в ходе мысленной интерпретации мира» [6.С.9]. Все указанные этапы (шаги) прямо раскрываются при обращении к характеристикам определенной категории бытия и познания (Первичность, Вторичность, Третичность). Тем самым раскрывается содержание концепта «будущее» в эпистемологическом конструктивизме. С позиции конструктивизма, как уже было указано выше, в описании концепта «будущее» важно понимание «реального положения дел» – той ситуации окружающей среды, в которой находится познающий, конструирующий субъект. Тем самым, образный континуум способен объединять две действительности – внешнюю (окружающая среда, общество, мир) и внутреннюю (мысль, когнитивные способности субъекта). При этом в процессе конструирования внешний мир постепенно превращается во внутренний, тем самым создавая, как уже говорилось ранее, на основе прошлого опыта конструкты – клише, используемые для реализации оценочной функции. В свою очередь, с помощью данных конструктов, субъект конструирует будущее, что приводит нас к выводу о том, что конструирование есть циклический и непрерывный процесс, в ходе которого формируется «я-концепция» или «карта» мира субъекта, где роль центрального звена играет непрерывная потребность в построении образа будущего. В таком понимании концепт «образ будущего» рассматривается нами с позиции процессуального подхода как целостный, необратимый, поэтапный процесс познания мира, в основе которого лежит представление об активности познающего субъекта, использующего рефлексивные процедуры для построения образа будущего.

Список использованных источников и литературы

1. Лекторский В.А. Можно ли совместить конструктивизм и реализм в эпистемологии // В кн. Конструктивизм в теории познания / под ред. – М.: ИФРАН, 2008. – С. 36–37
2. Швырев В.С. О соотношении познавательной и проектно-конструктивной функций в классической и современной науке / Познание, понимание, конструирование / Отв. ред. В.А. Лекторский. – М.: ИФРАН, 2008. – 167 с.

3. Князева Е.Н. Идеи теории сложности в социальном прогнозировании и управлении. Управление персоналом и человеческий капитал современной России: коллективная монография / под ред. О.Я. Гелиха, В.П. Соломина, Г.Л. Тульчинского. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2011. – 416 с.
4. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л.Ф. Ильичёв, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалёв, В.Г. Панов. 1983. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/4425/КОНЦЕПТ.
5. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения. – М.: Логос, 2000. – 448 с.
6. Нёт В. Чарльз Сандерс Пирс // Критика и семиотика / под ред. И.В. Силантьева, Ю.В. Шатина. – Новосибирск: Научное издание, 2001. – Вып. 3–4. – С. 9
7. Лекторский В.А. Реализм, анти-реализм, конструктивизм и конструктивный реализм в современной эпистемологии и науке // Интеллектуальная Россия. 2010 г. – URL: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofiy/6141-realizm-anti-realizm-konstruktivizm-i-konstruktivnyj-realizm-v-sovremennoj-yepestemologii-i-nauke.html (дата обращения 10.08.2012).
8. Конструктивизм в теории познания / Отв. ред. В.А. Лекторский. – М.: ИФРАН, 2008. – 171 с.
9. Улановский А.М. Конструктивизм, радикальный конструктивизм, социальный конструкционизм: мир как интерпретация // Вопросы психологии. – 2009. – Т. – №. 2 – С. 35–45. – URL: <http://www.voppsy.ru/issues/2009/092/092035.htm> (дата обращения 03.08.2012).
10. Князева Е.Н. Эпистемологический конструктивизм. Философия науки. Вып. 12: Феномен сознания. – М.: ИФ РАН, 2006. – 133 с. – URL: <http://iph.ras.ru/page52182704.htm> (дата обращения 03.08.2012).
11. Князева Е.Н. Конструирование будущего // Сайт С.П. Курдюмова. 2007 г. – URL: <http://spkurdyumov.narod.ru/knyaz55.htm> (дата обращения 04.08.2012).
12. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: новый диалог человека с природой. – М.: КомКнига, 2005. – 296 с.
13. Князева Е.Н. Природа инноваций и некоторые проблемы // Сайт С.П. Курдюмова. 2005 г. – URL: <http://Spkurdyumov.Narod.Ru/Knzva.Htm> (04.08.2012).
14. Пирс Ч.С. Принципы феноменологии: в 2 т. Т. 2. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – 320 с.
15. Дживелегов А. Леонардо да Винчи. Изд. 3-е. – М.: Искусство, 1974. – 233 с.
16. Виппер Б.Р. Итальянский Ренессанс. XIII–XVI века. Т. II. – М.: Искусство, 1977. – 243 с.

ЗНАЧИМОСТЬ ИСТОРИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА

Образцов А.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Мы живем во время быстрого развития науки, техники и многих других областей. Все это способствует появлению новой информации, которую не способен воспринять человек, будь то его некомпетентность в данной области, отсутствие познавательной потребности или приоритета к истории. Но, не смотря на новое, люди не забывают прошлое. Они коллекционируют антиквариат, марки и тому подобное. Кроме этого, есть те, кто занимается исследованием в данной области, то есть в историографии. Одной из важнейших тем этих исследований является интерес общества к истории. Это связано с тем, что история изменяется при помощи людей, кроме этого люди представляют историю, то есть преподают. Так как появляются новые люди, которые задают другие вопросы, получая на них ответы, которых не было, а, следовательно, появляются гипотезы, теории, которые публикуются, меняя мнение людей. Работа И.М. Савельева и А.В. Полетаева: «Теория исторического знания» как раз показывает нам представление об истории [1.С.447- 479]. Один из вопросов, волнующий авторов звучит так: «действительно ли знание прошлого и историческое знание, в частности, столь важны и обязательны для широких масс населения, являются ли они приоритетными по сравнению с другими типами и видами знания?» [1.С.449]. Ответом на этот вопрос иллюстрируется сравнением с физикой. После окончания школы мало кто из нас помнит законы и формулы, но знания, полученные из опыта, позволяют нам ориентироваться в физической реальности и понимать протекающие процессы. Так же и с историей. Мы можем забыть даты, важных людей, но при этом понимать, что происходило в данном периоде, а если понимаем, значит, сможем воспроизвести.

Один из вопросов, который мы задаем себе, пожалуй, чаще всего, тоже связан частично с историей, звучит так: кто мы есть? И многие, особенно в зрелости, начинают интересоваться своими предками. Но на большинство молодых людей это мало распространено.

В нашу голову ежедневно поступают сотни вопросов, на которые мы пытаемся найти ответы. Как-то был задан вопрос: что нам дает история? На тот момент предполагалось, что это просто предмет, который нужен для общего развития и воспитания патриотического духа, и так думают многие, поскольку это закладывается людям со школы. Школа дает знания, но для чего нам эти знания? У большинства людей присутствует мнение, что для общего развития. Проблема достаточно актуальная в

данное время, поскольку средние образовательные учреждения «привыкли» давать знания, не объясняя для чего они нужны. Но какую же цель преследует история? На это определенно нельзя ответить, поскольку она несет с собой множество целей. Но, несмотря на это, как мне кажется, цель истории: научить людей оценивать информацию, то есть уметь «просеивать» ее. А как на счет студентов? Ведь им нужно уметь, как никому другому, выбирать нужное. Мы стали интересоваться вопросом, который звучит: какой интерес у студентов к предмету истории? Интерес к этому вопросу появился после того, как изменилось мнение об этом предмете. После чего начали появляться вопросы: почему люди посвящают жизнь истории? В чем она может нам помочь? Как этот предмет влияет на человека? Эти вопросы способствовали появлению интереса к главному, о интересе студентов к истории.

Опрос проводился в общежитии и корпусах ТПУ среди студентов ИФВТ, начинался с 17.10.2012 по 23.10.2012, было опрошено 33 человека. Респонденты были в возрасте от 17 до 18 лет. Этот возраст был выбран так, как респонденты совсем недавно окончили школу, и, предположительно, не успели изменить свое мнение об истории. Помимо этого история не является профильным предметом для данных студентов.

Сначала задавался вопрос о наличии интереса к истории вообще. Если ответ был положительным, то задавался вопрос о важнейших этапах, наиболее важных датах, событиях, личностях в этом периоде. Это делалось с целью определить правдивость их заинтересованности в истории. Мы ссылались на то, что если респондент имеет интерес к какому-либо периоду, то он должен знать хоть что-то из этого отрезка времени. Ведь нельзя интересоваться чем-то, не зная того, что изучаешь. Если же отрицателен, то задавался вопрос на выявление интереса к настоящему, так как в современности много информации требующей обработки, то есть, убирать лишнее, а в некоторых моментах добавлять недостающее. История помогает нам оценивать факты, аргументировать свою точку зрения, опираясь как на настоящее, так и на прошлое. По результатам опроса оказалось, что 18 человек интересуются историей. Но ответить на вопросы о важных датах, событиях, личностях, только 13 человек. При опросе последовательно задавались вопросы о периодах, которыми интересуется респондент, исторических личностях, связанных с ними, а также соответствующих событиях. В случае отсутствия ответа вопрос пропускался и задавался следующий. Наиболее повторяющиеся даты были 1941г., 1812г. Как ни странно, это одни из обсуждаемых событий в обществе. Война с Наполеоном и начало Великой Отечественной войны. Если структурировать даты по периодам, то получается: XIX-XX века 4 чел (40%), XX век 4 чел (40%), XVII-XIX века 1 чел (10%), XVIII век 1 чел (10%). Среди известных исторических личностей в основном упоминаются политики, имена которых у нас на слуху. Это вопрос задавался в том случае, когда респонденты не могли подобрать важные им даты. Так были упомянуты: Юлий Цезарь 2 раза (22%), И.В. Сталин, А. Гитлер, У. Черчилль, А.В. Суворов, М.И. Кутузов, Александр II, Наполеон, по 1 разу. Следует заметить, что среди приведенных персоналий присутствуют иностранные личности. На третий вопрос, из опрошенных, ответил только один человек. Он указал: покорение Сибири Ермаком, Северная война, Война с Наполеоном. Помимо этого были те, кто высказывался категорически против предмета истории, считая ее «бессмысленной» и «ненужной» для их будущей жизни. Таких оказалось три человека.

Опрос показал, что около 60% респондентов, то есть большая часть, не заинтересованы в истории. Кроме этого, предположительно, есть те, которые не видят смысла в истории. Мы ссылаемся на то, что некоторые из респондентов были категорически против преподавания данного предмета и говорили о ее ненужности. Это нам показывает, что данный круг респондентов не понимают важность истории в их жизни, отвергают ее. Есть те, которые интересуются предметом. По крайней мере, так говорят и подтверждают это аргументами, своими знаниями. Кроме того им задавался дополнительный вопрос: зачем нужна история? Примерно 40% из всех респондентов говорили об эрудиции, воспитания патриотизма и о долге. Последнее самое интересное. Его назвали только один раз. Опрошенный ссылался на то, что каждый гражданин должен знать историю своей страны. Объяснял важность исторического познания в жизни граждан.

Таким образом, мы видим, что к истории большинство респондентов относятся равнодушно, около 60%. Объясняют свою позицию тем, что она не способна помочь им в настоящем.

Данный опрос, считаю, не в полной мере был проработан. Не учитывалось настроение респондентов. Кроме того можно было расширить круг вопросов, то есть, задавать наиболее важные даты, которые происходили в интересующих опрошенных периодах. Тем самым убедиться в их знаниях. Или, как мне кажется, лучше было бы спросить о жизни людей, каков был их менталитет, важность религии в тот период, грамотность населения, отношения к науке. Почему именно важность религии и грамотность населения? Потому что в каждом периоде своего развития люди по-разному относились к этим понятиям. Известны многие факты из истории, когда религия мешала продвижению науки. За предположением, что земля круглая, убивали. Поэтому у людей возникал страх. Многие были вынуждены «слушать» только религию. И если респонденты смогли объяснить, что было, то тогда с уверенностью могли бы сказать: они заинтересованы в ней.

Список использованных источников и литературы

1. Савельева И.М., Полетаева А.В. Теория исторического знания. – Санкт-Петербург, 2007.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА С ПРИМЕНЕНИЕМ ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОГО МЕТОДА

Панькова Н.М., старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Работа выполнена при финансовой поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы

В современном мире можно выделить несколько стратегий образовательного процесса, да и сам феномен образования может трактоваться по-разному. Можно представить образование как самостоятельную ценность на уровне личности и общества, можно представить как процесс самообразования, который происходит на протяжении всей жизни, как социальный институт, образовательная структура, система образовательных учреждений, которые различаются по выполняемым ими функциям и конечному продукту, а так же как результат присвоения личностью и обществом культурных ценностей [1].

Человек изначально, с момента своего рождения, помещен в мир культуры. В этом мире накоплен и зафиксирован огромный общечеловеческий опыт. Способы фиксации этого опыта различны – это и феномены общественного сознания (верования, традиции, установки, культурные приоритеты и т. п.), и многообразие символики и мифологии; это предметы искусства и тексты; это и языковые значения, понятия, знания и даже фиксированные умения и т. д.

Человек – субъект культуры. В своей деятельности, поступках, мыслях, переживаниях он опирается на общечеловеческие духовные и нравственные ценности. Культура обеспечивает человека образцами и средствами решения личностных задач. Сознание человека развивается внутри культурного целого, в котором соединен опыт деятельности, общения и мировосприятия. Человеку необходимо не только усвоить этот опыт, но и преобразовать на его основе свои естественные возможности и способности так, чтобы состоялось «второе рождение» – рождение своего собственного жизненного пути [2].

Говоря иначе, культура задает систему ценностных представлений, регулирующих индивидуальное и социальное поведение человека, служит базой для постановки и осуществления познавательных, практических и личностных задач. Культура переводит человека в другой способ бытия, который лежит вне отдельного человека и является более осмысленным и упорядоченным. Эта стратегия лежит в основе одной из важнейших образовательных тенденций современного образования – гуманизации [3].

Однако присвоение культурного опыта – от орудийных действий до нравственных норм – не происходит автоматически и не является спонтанным. Оно требует осознанных усилий, специально организованной деятельности. «Переживание красоты не означает окружение себя красивыми предметами. Красота – не в красивом предмете, а в преобразовании, ингредиенте этого преобразования» [4].

Если отталкиваться от идеи о том, что среда формирует и определяет человека, то, для того чтобы создать хорошего человека (качественный продукт образовательного процесса), нужно определенным образом построить соответствующую *образовательную среду*.

Современный университет как профессиональный, культурный и исследовательский центр, выполнит ряд задач, стоящих перед техническим университетским образованием, к числу которых относятся как подготовка высококвалифицированных профессионалов, так и воспитание специалистов, способных к исследовательской деятельности. Целостность этих задач обеспечивает интеллектуальную атмосферу технического университетского образования [5]. Но в процессе формирования такой среды, которая могла бы обеспечить формирование творческого разносторонне образованного специалиста, возникают определенные сложности.

Проблемы, которые возникают в процессе подготовки личности творческой, способной к нестандартным решениям и открытиям, были описаны еще Г.-Г. Гадамером, который говорит об «исчезновении спонтанного понимания» и в связи с этим о потребности в специальной дисциплине, которая занималась бы искусством понимания текстов [6].

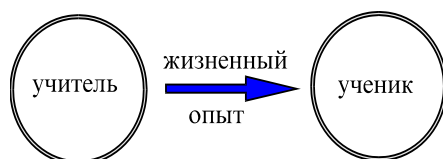
Проблема усвоения базисных текстов (фундаментального знания) остро стоит в философии образования как проблема усвоения общезначимых ценностей и знаний. Можно сказать, что проблема усвоения общезначимых ценностей в индивидуальном сознании относится к числу фундаментальных проблем человеческой экзистенции. Возможно существует другой способ передачи информации такой степени значимости как при помощи механизма «вживания» в жизненный мир, личность преподавателя, так и через «вживание» в жизненный мир автора [7].

В литературе по проблемам образования часто используется термин «учебная деятельность», которая представляет собой процесс, в результате которого человек приобретает новые или изменяет соответствующие у него знания, совершенствует свои способности.

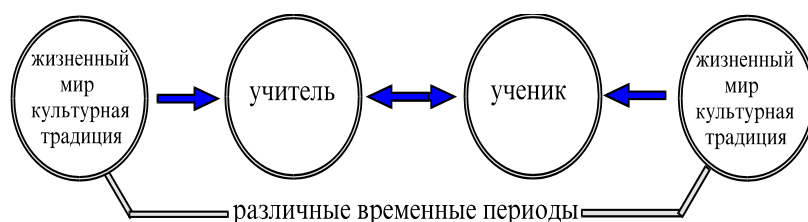
Такая деятельность позволяет ему приспособливаться к окружающему миру, ориентироваться в нём, полнее и успешнее удовлетворять свои основные потребности, в том числе и потребность

интеллектуального роста и персонального развития. Важную роль в этом процессе играет собственное стремление индивида изменить себя.

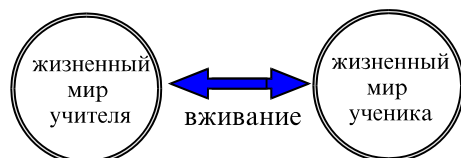
Обучение предполагает совместную учебную деятельность учащегося и учителя, характеризует процесс передачи жизненного опыта, знаний и навыков от учителя к ученику.



Но, следует указать и на важность обратного процесса – передачи знаний от ученика учителю. Поставленные учеником, в процессе обучения, вопросы и проблемы, которые сложились в результате его жизненного опыта, культурной среды, воспитания и пред-рассудков, оказывают непосредственное влияние на жизненный опыт учителя, который сформировался в результате полученного им образования, воспитания, культурной традиции и уже сложившихся предубеждений, которые могут быть отличны от жизненного мира ученика в силу историчности человеческого существования.



Вследствие такого взаимного влияния учителя и ученика понимание проблемы изменяется у обоих. Объяснить такой процесс может способность человека к рефлексии, возможность выйти за пределы своих предубеждений и культурной традиции.



Следует так же указать на некоторые допущения подобной модели. Всякий процесс, называемый *научением*, не является совершенно независимым от уровня развития. «Научение практически всегда опирается на определенный уровень биологической зрелости организма и без него не может осуществиться считает Р.С. Немов [8], опираясь на слова П. Тейяра-де-Шардена: «Без длительного периода созревания никакое глубокое изменение в природе произойти не может» [9]. Но, эти же слова мы можем применить и к интеллектуальному развитию человека (как ученика, так и учителя).

Для того чтобы учебная деятельность была успешной необходима личная заинтересованность как преподавателя, в том, чтобы учащиеся как можно лучше поняли материал, так и осмысленное желание учащихся понять новое.

Таким образом, важную роль в процессе обучения играет процесс *оживления* в жизненный мир другого. Новое знание воспринимается не как чуждое и насаждаемое извне, и, потому, неприемлемое, а как самостоятельно полученное и пережитое. Причем процесс *оживления* должен осуществляться в обе стороны для плодотворного общения.

Конечно, основная нагрузка в этом процессе ложится на плечи преподавателя. Именно его опыт должен быть задействован для повышения эффективности образовательного процесса, для достижения *полимотивированности*. Внутренняя личностная мотивация связана с потребностью самосовершенствования человека, с реализацией его жизненных целей, ценностей и идеалов, непосредственно направлена на развитие его личности, способностей, на моральный и интеллектуальный рост.

Современная модель университета – исследовательский университет инновационного типа, предполагает создание условий для появления специалистов, способных как к выполнению ранее поставленных задач, так и к постановке новых проблем, отвечающих требованиям времени, а так же поиску новых решений ранее поставленных проблем. Само формирование инновационного академического университета представляет собой *инновационный процесс*, от получения новых и обобщения уже имеющихся знаний до использования потребителем научно-образовательных услуг инноваций, созданных на основе этих знаний.

По своей природе инновационный процесс – это процесс, который охватывает весь цикл преобразования научного знания, научных идей, открытий и изобретений в инновацию от отработки идеи до реализации, но его существование возможно только при наличии условий для творческого процесса и использовании новых методов [10].

Список использованных источников и литературы

1. Брызгалина Е.В. Биология и современные политологические исследования // Биология и культура. – М., 2004 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.dissercat.com/content/sovremennye-biotekhnologii-sotsialno-eticheskie-aspekty#ixzz2NxLDspKN>
2. Буякас Т.М., Зевина О.Г. Опыт утверждения общечеловеческих ценностей - культурных символов - в индивидуальном сознании // Вопросы психологии. 1997. – № 5. – С. 44-56. [Электронный ресурс] – URL: <http://istina.imec.msu.ru/publications/article/2056865>
3. Панькова Н.М. Критерии качества высшего образования // Известия Томского политехнического университета. – №6. – Т. 313. – 2008. – Томск: Изд-во ТПУ. – С.154-158.
4. Мамардашвили М. Психологическая топология пути [Электронный ресурс] – <http://cl.rushkolnik.ru/docs/7840/index-20838.html?page=6>
5. Панькова Н.М. Миссия университета в современных концепциях высшего университетского образования Известия Томского политехнического университета. – №6. – Т. 312. – 2008. – Томск: Изд-во ТПУ. – С.185-190.
6. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: основы философской герменевтики. – М.: Прогресс. – 1988. – С. 215.
7. Коровкина Н.М. Проблема истинного понимания в контексте герменевтики и ее влияние на процесс образования (воспитания). – Томск: Изд. ТПУ. – 1999. – 40 с.
8. Немов Р.С. Психология образования. Кн.2. – М.: Просвещение. – 1995. – 495 с.
9. Тейяр-де-Шарден П. Феномен человека. – М.: Наука. – 1987. – С.73.
10. Квеско Р.Б., Зольникова Л.М., Панькова Н.М., Квеско С.Б. Роль образовательной системы в общественном развитии: социокультурный аспект // Известия Томского политехнического университета. – Т. 307. – №3. – 2004. – Томск: Изд-во ТПУ. – 194 с. – С.146 - 150.

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ В СВЕТЕ ЛОГИКИ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ

Плотников Ю.С., к.ф.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Исследования выполнены в рамках государственного задания «Наука», тема № 6.2158.2011 «Исследование теории адаптации науки и высшего профессионального образования в условиях инновационных преобразований общества»

На рубеже XX-XXI вв., в Российской Высшей школе, произошло чрезвычайно важное, дидактическое событие, которое до сих пор не получило адекватной оценки со стороны специалистов по философии образования и педагогики. Проблемный подход к обучению уступил свое место, так называемому компетентностному подходу. Административная реорганизация высшей школы заслонила собой эту дидактическую метаморфозу. Однако по мере того, как реформа высшей школы развертывалась во времени, утверждение компетентностного подхода в качестве генеральной стратегии, получало все более острое звучание

Что же произошло по существу дела? Может быть, дидактика обучения в высшей школе вступила в какой-то новый этап своего развития, и смена ключевых понятий стала закономерной и необходимой, однако инициатором перемен является не вузовская педагогика, а вузовская технократия. Вот это противоречие между педагогикой и технократией лежит в основе всех сегодняшних неурядиц в высшей школе.

Действительно, с внешней точки зрения, смена одного подхода к другим, выглядит как простое изменение языковых средств выражения предмета и метода образовательной деятельности. Средства традиционного языка перестают удовлетворять новаторов. Ключевые понятия начинают восприниматься и истолковываться неоднозначно. В условиях нормального развития педагогического процесса такая ситуация вполне закономерна и она определяется, как «когнитивный диссонанс».

Сущность когнитивного диссонанса состоит в том, что сталкиваются старые и новые подходы. По одному и тому же вопросу дидактики обучения возникают различные точки зрения, которые противоречат друг другу по существу. Когнитивный диссонанс не может служить основанием успешного решения педагогических проблем. В условиях нормального развития педагогического процесса ситуация когнитивного диссонанса может быть преодолена путем естественного его перерождения в когнитивный консонанс.

Во всех случаях достижение консолидированной точки зрения является делом не простым. Между различными школами и направлениями возникает борьба за лидерство, и в этой борьбе таится опасность того, что могут быть использованы средства напрямую не относящиеся к дидактической логике.

Например, в военной науке и практике, интересы государства и общества требуют того, чтобы затянувшиеся дискуссии, характерные для периода когнитивного диссонанса, были прекращены и властным образом приняты решения, обязательные к исполнению. Специальным законом утверждается так называемая «военная доктрина». После чего, все духовные и материальные ресурсы государства и общества, направляются на воплощение этой доктрины в жизнь.

Однако доктрина может возникнуть и вне связи с такой причиной как военная угроза. В основе доктрины могут лежать амбициозные идеи ученых или политиков, и тогда вступает в силу технократическая логика. Посредством власти технократическая точка зрения получает статус официально признанной и безальтернативной.

В словаре современных иностранных слов мы читаем, что «технократия – это мастерство плюс власть. Технократия – это слой высококвалифицированных специалистов (ученых, менеджеров и т.п.), высших функционеров государственного и производственного аппарата» [1.С.606]. Поэтому технократические программы не рождаются снизу, а навязываются сверху.

Российская Высшая школа как раз и оказалась во власти технократического начала. Основанием квалификации технократа является компетенция. Поэтому компетентностный подход в высшей школе становится главным и основным.

Словарь Ожегова так истолковывает понятие компетенция: «1) круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлен; 2) круг чьих-нибудь полномочий, прав» [2.С.248]. Как видите, понятие компетенция, это по существу калька с понятия технократия. Поэтому ожидать от технократии какой-либо иной образовательной стратегии – бессмысленно.

При компетентностном подходе к обучению Высшей школе вовсе необязательно исходить из почвеннических идеалов и ценностей педагогики. Можно усмотреть таковые, например в Балонской конвенции. Исходя из идеалов и ценностей Балонской конвенции, и началась реформа Российской высшей школы и продолжается вплоть до наших дней.

В интересах дела обучения Высшей школе важно понять, что в основе педагогического и технократического начал лежат различные идеалы и ценности. Что касается педагогики, то она имеет в своей основе философско-научное представление о логике научного познания. Философия науки интерпретирует логику познания, как трехступенчатую – проблема, гипотеза и теория. В самом общем приближении можно сказать, что проблема это знание о незнании, гипотеза – предположительное знание, а теория это достоверное или истинное знание относительно сущности предмета познания.

В соответствии с этой логикой выделяются три подхода к познанию – проблемный, абдуктивный и информативный. Проблемный подход активно разрабатывается философией науки в 60-80 гг. прошлого века. Наиболее значительным его достижением стала методология постановки проблемы и формулировки предмета исследования. В этом значении проблемный подход и закрепился в педагогике.

Абдуктивный подход получил известность как метод работы с гипотезой. Но в педагогике этот подход значительного распространения не получил. Поэтому дидактика обучения познанию оказалась в советской педагогике логически незавершенной.

Информативный подход во все времена был методом авторитарной педагогики. Он нацелен на усвоение знания без понимания его когнитивных корней. С точки зрения информативного подхода, проблема и гипотеза являются дидактическими излишествами. По своей сути информативный подход вполне пригоден для формирования у обучающихся репродуктивного мышления, но он совершенно бесперспективен в эвристическом, т.е. творческом плане.

Философия науки и педагогика давно и определенно высказались против информативного подхода, как метода обучения познанию. Поэтому технократам пришлось переименовать информативный подход и назвать его компетентностным подходом. Однако в строгом смысле слова компетентностный подход не тождественен информативному подходу. Дело в том, что информативный подход, как правило, основывается на теории, которая имеет научные корни. Компетентностный же подход имеет в своей основе не теорию, а компетенцию, которая по своему значению и смыслу носит парадигмальный характер.

И вот мы теперь спустя двадцать лет, с начала реформы Российской Высшей школы, имеем то, что не педагогика определяет сущность образовательного процесса, а технократия. Кризис высшего образования не преодолевается, а углубляется. Россия начинает терять те места в мировом рейтинге, которые вчера еще казались незыблемыми. И естественно возникают вопросы традиционного русского порядка – Кто виноват? И что делать?

Виноваты ли технократы в том, что произошло? Конечно да, но не на все 100%. Они хотели как лучше, а получилось как всегда.

Виновата ли в случившемся педагогическая наука? Конечно да, ибо она не забила тревогу, когда была выдвинута программа реформы высшей школы и когда были подвергнуты ревизии дидактические

начала высшего образования. Педагогическая наука не смогла отстоять свою суверенность по отношению к технократической власти.

Что же делать в результате всего этого? В общем плане можно сказать, что каждый фигурант вузовского образовательного процесса должен, наконец, заняться своим делом. Технократы с их административно-распорядительными возможностями, должны ставить цели и задачи высшего профессионального образования. А педагогика должна определять дидактические средства и методические формы достижения этих целей и решения этих образовательных задач. Сегодня вырисовывается такая образовательная модель в высшей школе – технократия была и остается у власти, но эта власть сводится только к вопросам административно-распорядительного характера. Педагогика же должна нести ответственность за дидактическое содержание и методические формы образования в вузе.

Есть ли реальные предпосылки синтеза педагогики и технократии? Нам кажется, что это вполне возможно. Матрица такого симбиоза в дидактическом отношении проста и очевидна. Она состоит в том, чтобы логику обучения построить в соответствии с логикой познания.

В некотором смысле такой поворот в обучении будет означать возврат к проблемному подходу, но проблема это лишь первая ступень логики познания. Предполагается еще и такая ступень развития знания, как гипотеза, а завершается процесс познания обоснованием научной теории.

Если иметь в виду логику обучения как образовательную модель, соответствующую логике научного познания, то такой подход, в строгом смысле слова, следует называть не проблемным, а методологическим подходом. Этот подход будет соединять в себе проблемный абдуктивный и компетентностный подходы в их строго логической последовательности и когнитивной целостности.

Что же исходя из этого методологического подхода будет представлять собой дидактика обучения по ее предметному содержанию? Если иметь в виду дисциплинарную сторону дела, то вопрос будет сводиться к тому, как изучаемая наука будет представлена в предмете учебной дисциплины.

Изучаемая наука это единство теории и метода. Компетентностный подход, как и его прототип, информативный подход, берет во внимание предмета учебной дисциплины теорию изучаемой науки. Метод науки при этом либо вовсе исключается из предмета учебной дисциплины, либо остается только как иллюстративный материал.

Методологический подход предполагает иное соотношение теории и метода изучаемой науки в предмете учебной дисциплины. В этом случае предметным фокусом учебной дисциплины будет методология изучаемой науки, теория при этом будет выступать в качестве иллюстративного материала. Теория будет использоваться как образец решения научных проблем с помощью данной научной методологии.

Таким образом, изучаемая наука будет представлена в предмете учебной дисциплины и как теория и как метод. Теория будет нацелена на то, чтобы сформировать у обучающихся научную картину объекта, как онтологию знания. А изучение метода будет направлено на то, чтобы представить изучаемую науку в контексте гносеологии, т.е. в контексте логики научного познания.

Конечно, изложенное здесь понимание существа дела представляет собой только первый шаг. На пути дидактики обучения творчеству. Вторым шагом будет разработка вопросов междисциплинарного взаимодействия в рамках естественнонаучного и социально-гуманитарного блока дисциплин. Самая главная задача состоит в том, чтобы преподаватель предметник уступил в вузе место преподавателю педагогу. Переход на методологическую модель обучения потребует серьезной педагогической квалификации профессорско-преподавательского состава. Без этого условия никакие программы совершенствования высшего образования не будут иметь положительного результата.

Список использованных источников и литературы

1. Современный словарь иностранных слов. – СПб, 1994.
2. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М., 1984.

ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ (PBL) – ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Родионова Е.В., к.ф.н., доцент; Агранович В.Б., к.ф.н., доцент; Карлова Л.В., к.ф.н., доцент
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Исследования выполнены в рамках государственного задания «Наука»,
тема № 6.2158.2011 «Исследование адаптации науки
и высшего профессионального образования
в условиях инновационных преобразований общества»

В высшем профессиональном образовании сегодня большое внимание уделяется современным образовательным технологиям. Широкое распространение в подготовке кадров для различных сфер деятельности получил и проблемно-ориентированный подход. В этом плане интересен опыт знакомства с моделями проблемно-ориентированного обучения ведущих европейских университетов. В рамках

проекта программы Темпус «Сеть по непрерывному образованию в сфере туризма» (проект рассчитан на три года 2012-2015 гг.) у сотрудников кафедры культурологии и социальной коммуникации Института социально-гуманитарных технологий ТПУ была возможность познакомиться с данным опытом в Ольборгском университете (Дания). Стажировка была организована для реализации проекта по созданию ресурсных центров индустрии туризма в четырех регионах России (Томск, Барнаул, Кемерово, Иваново). В частности, образовательные программы центров будут разработаны при непосредственном участии европейских университетов-партнеров, имеющих многолетний опыт подготовки специалистов в сфере туризма (Ольборгский университет, Венский университет прикладных наук, Эдинбургский университет Напир, университет г. Умеа, Ассоциация ATLAS).

Общая концепция проблемно – ориентированного обучения (PBL) была изучена ранее в рамках предыдущей программы Темпус (срок реализации 2009-2012 гг.) в Венском университете прикладных наук, где подход к PBL звучит как «метод обучения, основанный на использовании проблемы как стартовой точки для получения и интеграции нового знания» [1]. Как отмечают сотрудники данного университета [2] в рамках PBL решаются одновременно пять основных задач высшего образования:

- получение знаний, которые не только запоминаются студентом, но и применяются на практике;
- обучение тому, как учиться;
- обучение анализировать и решать проблемы;
- получение знаний от других и совместно с другими;
- формирование ответственности за собственный познавательный процесс.

Таким образом, «термин «проблемно-ориентированное обучение» используется для обозначения теории, моделей и конкретных практик [3].

В таблице четко представлены отличия традиционного обучения и PBL [2].

Таблица 1. «Сравнение традиционного метода обучения и PBL»

<i>Традиционный метод обучения</i>	<i>PBL</i>
1. Теория	1. Проблема
2. Применение теории	2. Позиционирование внутри теории
- лектор дает ответы	- лектор задает вопросы
- социальные и контекстуальные факторы ограничены	- учет социальных и контекстуальных факторов
- лектор определяет способ работы	- фиксированная структура

Свой опыт адаптации данной концепции для сферы туризма представили сотрудники института культуры и глобализации (структурное подразделение Ольборгского университета). Так же директор института Хенрик Халкиер рассказал о практике взаимодействия университета и туристической Дании, продемонстрировал успешные примеры реализации совместных проектов.

В плане заимствования опыта, интерес представляет тот факт, что Департаменты по развитию туризма существуют как для крупных дестинаций (например, «Северная Ютландия»), так и относительно небольших («Скаген»). Одна из поездок участников семинара как раз и была посвящена знакомству с деятельностью этих департаментов. Например, концепция развития туризма «Посетите Северную Ютландию» предусматривает создание организационно-правовых и экономических условий для стимулирования туризма, формирования современной маркетинговой системы продвижения туристского продукта, укрепления и дальнейшего развития межотраслевой и межрегиональной координации.

Проводя параллели, можно утверждать об определенном рода схожести таких дестинаций, как Северная Ютландия и Томская область, в частности, «суровость» природного климата и наличие достаточно большого количества (по отношению к численности населения) образовательных учреждений. Чтобы сформировать кластер, деятельность которого будет отвечать потребностям туристов, требуется заинтересованность и конкретное участие как государственного, так и частного сектора, а также образовательных учреждений. Подобного рода подход лежит в основе стратегии по развитию туризма на территории Северной Ютландии.

Таким образом, различные заинтересованные стороны из государственного и частного сектора, а также организаций гражданского общества и образовательных структур должны собраться вместе, чтобы сформировать кластер, деятельность которого будет отвечать потребностям посетителей. А основным вкладом учреждений образования в области туризма и непосредственно кафедры культурологии и социальной коммуникации Института социально-гуманитарных технологий ТПУ может стать подготовка таких специалистов, которым еще в ходе обучения создаются условия для решения практико-ориентированных проектов, инспирированных как по заказу госструктур, так и частного бизнеса.

Список использованных источников и литературы

1. Официальный сайт Венского университета прикладных наук –URL: www.fh-wien.ac.at

2. Материалы семинара по проблемно-ориентированному обучению (PBL). – Барнаул, июнь 2010, проект программы Темпус.
3. Kolmos A. Facilitating change to a problem-based model//The International Journal for Academic Development. 2002. – pp. 63-73.

В. ФРАНКЛ О ПОИСКЕ СМЫСЛА СУЩЕСТВОВАНИЯ

Семенова А.О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Человек является объектом изучения многих наук, дисциплин естественнонаучного и гуманитарного циклов. Виктор Франкл ищет отличительную, исключительную особенность человека, чтобы выделить предмет своего исследовательского интереса. Самая знаменитая книга Франкла называется «Человек в поисках смысла», также можно охарактеризовать и ее автора. Стремление к смыслу принадлежит человеку по природе, по сущности. Воля к смыслу – человеческий феномен, животное не может быть озабочено смыслом собственного существования.

Стремление к смыслу, способность задумываться о смысле жизни и способность сомневаться в том, что имеется какой-то смысл, представляет собой независимую и самодостаточную мотивацию. Эту особенность человеческой сущности нельзя понять в отрыве от особенности его существования – трансцендентности. Человек всегда эксцентричен (от лат. *eccentricus* «находящийся не в центре»), всегда стремится выйти «за» себя или встать «над» собой. Человек может обрести себя только благодаря самоотречению, самозабвению в другом.

Стремление к смыслу – это самопрограммирование, стремление в будущее, вера в свое призвание, желание выполнить свое предназначение. Нельзя придать смысл жизни, смысл можно и нужно найти. Смысл существует объективно, необходимо отыскать в реальности какой-то скрытый смысловой потенциал. Смысл нельзя выдумать, потому что тогда он будет субъективным. Герой романа «Волхв» Джона Фаулза говорит: «Мы не способны призвать сами себя к чему бы то ни было».

Смысл всегда конкретен, уникален, специфичен, индивидуален, единичен, неповторим. Человек должен понять смысл ситуации, принять ситуацию и реализовать ее. Смысл как единственное и неповторимое оборачивается необходимой данностью. Воля к смыслу может порождать волю к удовольствию и волю к власти. Удовольствие является следствием реализации смысла; власть – средством достижения цели. Счастье связано с обретением цели, смысла жизни, но, как правило, человек не ставит перед собой цель достичь смысла жизни. Удовольствие не источник смысла жизни, потому что неудовольствия, неприятных ощущений в жизни гораздо больше, чем приятных. В реальности, жизнь практически независима от удовольствия или неудовольствия. Жизнь учит человечество тому, что «мы здесь не для того, чтобы наслаждаться».

Человек может не понимать смысла и должен его интерпретировать, но не произвольно. В каждой жизни, в каждой жизненной ситуации есть лишь один смысл, подлинный, истинный. Он не может быть изобретен, дан субъектом, должен быть только открыт. Несмотря на всю субъективность, присущую любой интерпретации, смысл обладает хотя бы минимумом трансубъективности. «И пусть даже человек в высшей степени зависит от своей совести в том, что касается смысла какой-то конкретной ситуации, и пусть он к тому же до последнего дыхания пребывает в неизвестности в отношении того, ошибается ли его совесть в той или иной конкретной ситуации (как это вообще свойственно человеку), или нет, он должен взять на себя риск такой ошибки и принять свое человеческое несовершенство и конечность своего бытия» [2]. Совесть – детектор смысла. Она интуитивно улавливает уникальный смысл ситуации. К сожалению, она может направить по ложному пути, но человек должен покорно идти на риск в поисках смысла, ведь даже на смертном одре ему не дано узнать выполнено ли собственное призвание. Совесть универсальна, всеобъемлет человечество. Совесть принимает решения свободно, но не произвольно, а ответственно. Человек условно свободен, свободен, но не всемогущ.

Ответственность перед смыслом – это ответственность перед самим собой за выполнение своего предназначения. Не существует универсального смысла. Смысл относителен, всегда определяется моментом, многоликим случаем. Человек несет ответственность за реализацию, осуществление уникального смысла своей жизни. Смысл не осуществляется автоматически. В любой момент времени человек принимает решение, осуществит ли он смысл в данной ситуации или нет. Франкл пишет: «Объявляя, что человек – творец ответственности и должен актуализировать потенциальный смысл в своей жизни, я хотел подчеркнуть, что истинный смысл жизни можно скорее найти в мире, чем внутри человека или внутри его психики, даже если бы она была закрытой системой. Человеческое существование есть скорее самотрансценденция, нежели самоактуализация. Самоактуализация не может быть возможной целью еще и по той простой причине, что чем больше человек будет за нее бороться, тем больше он будет ее терять, так как только в той степени, в которой человек отдает себя осуществлению своего жизненного смысла, он также и актуализирует, проявляя, себя. Другими словами, самоактуализация не может быть достигнута, если она замыкается на саму себя. Она достижима только тогда, когда является побочным эффектом самотрансценденции» [1.С.134].

Помимо единственных и неповторимых смыслов связанных с конкретным человеком, существуют смыслы-универсалии, категории, которые связаны с понятием, категорией «человек». Эти смысловые возможности выступают в качестве ценностей. В противоположность единственному и неповторимому смыслу случая, ценности представляют собой абстрактные смысловые универсалии. Они значимы для наборов повторяющихся, типических ситуаций. Три категории ценностей позволяют сделать жизнь человека осмысленной. Ценности творчества могут быть реализованы путем творчества, созидания, действия, активности, того что мы даем жизни. Ценности творчества дают возможность человеку обогатить мир своей деятельностью. Ценности переживания реализуются в восприятии мира, того что мы берем от жизни. Вторая категория ценностей дает возможность обогатиться самому по средствам мира. Не следует принижать полноту смысла, которую ценности переживания могут дать человеческой жизни. Смысл определенного мгновения человеческого существования может быть реализован в простом переживании, например, прекрасного или возвышенного. Одно мгновение жизни может наполнить ее целиком высочайшим смыслом. После такого переживания жизнь вряд ли когда-либо в будущем сможет стать совершенно, абсолютно бессмысленной. Жизнь требует реализации ценностей, в некотором смысле человек может быть обязан к радости и счастью. Человек, который погряз в повседневности и рутине без смысла и становится свидетелем великолепного заката солнца или чувствует запах цветов сирени и не погружается в переживание этих явлений природы, можно считать в некотором смысле «безответственным», игнорирующим требования случая.

Жизнь может оказаться осмысленной и тогда, когда в ней нет ценностей двух первых категорий. Отсутствие творческих порывов и богатых переживаний не означает отсутствие смысла жизни. Человек — это синтез временного и вечного, бесконечного и конечного, свободы и необходимости. Человек – это отношение, которое может относиться к самому себе, к своей судьбе. Ценности, которые возникают при этом, называются ценностями отношения. Возможность реализовать такие ценности отношения ясно и отчетливо видна тогда, когда человек оказывается обиженным судьбой, которую нельзя изменить, но это не означает, что при благоприятном стечении обстоятельств судьбы эти ценности недоступны. Всё вокруг насыщено смыслом, потому, что человек способен черпать силы даже в безысходности, в страдании, находить в них смысл и положительные моменты. В супружеской паре муж находится в депрессии после смерти жены. Казалось бы, какой смысл его жизни может придать потеря близкого, другого, в котором ранее он реализовывался. Но смысл может быть найден в том, что жена смогла избежать страдания жизни без мужа, если бы он скончался первым, и именно муж избавил ее от страдания. Старик внезапно увидел свое горе в новом свете и стал по-другому оценивать свои страдания, они приобрели для него смысл в той жертве, которую он приносит ради жены. Познавая смысл жизни, человек познает себя. Если перед человеком стоит мир, который не изменится, остается только измениться самому. Человеческое существование никогда не может стать действительно бессмысленным: жизнь человека сохраняет смысл, пока он рефлексивен, несет ответственность за реализацию ценностей.

Экзистенциальный вакуум, внутренняя пустота возникает из-за того, что в современном обществе внимание сосредоточено на удовлетворении основных потребностей, а не на стремлении к смыслу, к приданию жизни осмысленности. Людям необходимо сменить ориентиры, интересоваться целью и смыслом жизни. Воспитание, образование становится воспитанием ответственности. А быть ответственным – это означает быть избирательным в информационном обществе, в некотором смысле обладать хорошим вкусом, научиться различать существенное от несущественного, осмысленное от бессмысленного. Быть человеком – значит ясно осознавать свое бытие и свою ответственность перед ним. Современность больна бессмысленностью жизни. И нельзя найти лекарство от этой болезни, постоянно оглядываясь в прошлое. Идея отыскать смысл жизни притягательна тем, что она универсальна, доступна каждому, вне зависимости от пола, уровня образования, вероисповедания, отношения к религии, характера и образа жизни.

Список использованных источников и литературы

1. Франкл В. Поиск смысла жизни и логотерапия // Психология личности. – М., МГУ, 1982. – С.118-126.
2. Франкл В Психотерапия на практике [Электронный ресурс] Электрон. версия печат. публ. – URL: <http://bookre.org/reader?file=111960> (дата обращения: 27.03.2013)

ЧТО ТАКОЕ ДУША? К ЧЕМУ НАС ПРИВЕЛИ ДРЕВНИЕ ФИЛОСОФЫ?

Синельникова М.В., Привар О.Д., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

«Что такое душа? Существует ли она или это лишь вымысел человека?» – это вопросы, которые и по сей день интересуют человечество.

В данной статье мы обратимся к древним мыслителям и их философским теориям, чтобы разобраться с этим понятием, к таким как Платон (Федон), Аристотель (О душе), Эпикур и др. Это наиболее тщательно разработанные теории души в античной философии.

Подходя к философской теории, мы можем проследить развитие широкой концепции души, согласно которой, душа не только отвечает за психические или психологические функции, такие как мышление, восприятие и желание, но и является носителем моральных качеств, в той или иной степени учитывает все жизненно важные функции.

Впервые услышали и познакомились с понятием «душа» в античной Греции. С этого времени мы и начнем наше исследование.

В Гомеровских поэмах душа рассматривается двумя разными понятиями. С одной стороны, это человеческое существо, которое проигрывает бой со смертью, с другой стороны, это то, что уходит от смерти в подземный мир, где ведет загробную жизнь, как тень умершего. Поэтому считалось, что наличие души отличает живого человека от трупа. Это доказывают слова Ахилла «я постоянно рискую своей душой» (Илиада 9, 322).

От Гомера до конца пятого века слово душа претерпевает расширение, в ходе которого речь идет не только о душе как о признаке отличия живого от мертвого, но и несет в себе широкий спектр мероприятий, такие как мужество, умеренность и справедливость.

«Выносливость тела и души» (Ария, гл.23) Гиппократ.

В пятых и шестых веках в философских работах становится ясно, что одушевленная область включает в себя не только людей и животных, но и растения. Эмпедокл утверждал, что «он был куст, в предыдущем воплощении, а так же, среди прочего, птица и рыба» (фр.117, Кирк, Равен и Шафилд). Кстати Эмпедокл, Анаксагор и Демокрит упоминают растения именно потому, что они живы.

«Разве вы не поняли, что наша душа бессмертна и никогда не умрет?»

Он посмотрел на меня с удивлением и сказал: «Нет, клянусь богом, не знал. Вы действительно в состоянии утверждать это?» (Республика, Сократ)

Как вы поняли – это начало нового течения философии того времени. В ответ на оба вопроса Сократ говорит не только о том, что душа бессмертна, но и об истине отделения души от тела в момент смерти. Излишне говорить, что Сократу удалось создать не только бессмертные души, но и ее способность бестелесно наслаждаться жизнью. В понимании Сократа – душа должна быть наиболее долговечна, чем его тело. Таким образом, Сократ запускает свой самый сложный и окончательный аргумент в пользу бессмертия души.

Теория Аристотеля очень близка к ответу на вопрос, который возник еще у древних греков – «Чем именно является душа?» Душа, по мнению Аристотеля, является особым видом природы или даже принципом, который учитывает все изменения живых организмов. Связь между душой и телом можно рассматривать как соотношение между формой и материей. В данном контексте душа нечто другое, как система выполнения всех функций организма (см. De Anima 2, 412a; 3, 415a). Кроме того, Аристотель думал, что для осуществления всех способностей, лежащих в основе души, требуются части тела и органы, и это очевидно на примере ходьбы или полета, а для чувственного восприятия требуются органы чувств, так же для способности мыслить существует специальный орган. Тем не менее, он придерживается мнения, что деятельность человеческого интеллекта всегда связана с данным органом.

Душа телесна. Эллинистическая теория души основывается на учении Аристотеля и утверждает, что душа – есть тело, потому что только тела влияют друг на друга, а в повседневной жизни мы всегда можем увидеть это влияние, в случае телесных повреждений и эмоций. Эпикур в письме к Геродоту пишет: «Душа является особенно прекрасным видом тела». Так же Эпикур считал, что душа рассеивается в момент смерти на атомы, теряя силы, содержащиеся в теле организма, следовательно, человеческая душа смертна, как в момент смерти происходит незаметное отделение души от тела.

Полагаем, что можно закончить наше исследование на этих словах, ведь именно к такому представлению о душе мы больше всего и склоняемся. Исследовав огромное количество литературы, мы остановились, как нам кажется, на одной из самых интересных и популярных концепций о душе, которая, по существу, совпадает с последним историческим суждением нашего исследования.

Согласно одной из последних концепций душа материальна и создана естественным образом из наиболее элементарной базы Серого пространства, а управляющая система души действует на основе лептонов Синего пространства. Источниками, так называемого Синего пространства, в природе являются микровитоны. (Микровитон - элементарная частица, которая отвечает за организацию информационных и управленческих структур животных объектов).

Мы не будем склонять каждого к нашему мнению и, наверное, любой человек для себя сделает выводы, о существовании души и о том, что же такое есть душа. Но хотелось бы привести один факт, в пользу того, что душа действительно существует.

Все прекрасно знают, что современная наука прогрессирует большими шагами, и вопрос о существовании души был так же ею затронут. Проводимые опыты одного из докторов США показали, что после смерти, человека покидает «нечто», имеющее собственный вес. Именно такой вес был измерен в ходе эксперимента, и этот эксперимент косвенно свидетельствует о наличии души. Доктор пришел к выводу, что такое изменение веса нельзя объясняться естественными физическими процессами организма,

что является свидетельством существования души. Согласно различным духовным учениям, «вещества» тонких тел имеют вес, в зависимости от характеристик, таких как память, мысли, эмоции и т.п.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ ИЗ РОССИИ

Соколов В.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Проблема интеллектуальной миграции или «утечка умов» не теряет своей актуальности. «Утечка умов» из российской науки стала активно изучаться сразу после распада СССР. Тогда было время, когда выехать из СССР за границу можно было только с большим трудом. Потом началась перестройка и народ стал выезжать работать в западные институты. За границу стали уезжать самые лучшие и успешные ученые. Корни «утечки мозгов» таятся в общем экономическом кризисе, который сильно сократил правительственную поддержку научной деятельности и вынудил промышленность сфокусироваться на текущих финансовых проблемах, а не проводить научные исследования, отдача от которых может быть получена только в перспективе. Таким образом, произошло резкое снижение заработной платы почти во всех секторах экономики, значительная часть оборудования устарела, и многие исследовательские центры оказались неработоспособными. Выжило несколько передовых исследовательских центров, и то, как правило, благодаря зарубежным грантам и контрактам. Теперь, приезжая на различные зарубежные конференции, коллеги встречают ученых из России, которые представляют институты уже других стран. Никто не станет оспаривать тот факт, что россияне продолжают покидать свою родину. В современном обществе все больше людей желают уехать из России. Прежде всего, обычные студенты, а также молодые перспективные ученые. А ведь это люди, которые через несколько лет будут строить не только собственную карьеру, но и жизнь всего государства. На мой взгляд, это тревожный знак для России.

Интеллектуальная миграция из страны серьезная проблема России. Экономическая ситуация в стране такова, что молодые специалисты, выходящие в жизнь со свежими дипломами, часто остаются без работы. Для молодых ученых в России не создаются условия для работы, исследований, экспериментов. В данный момент развития страны необходимо поддержать, а точнее, поднять отечественную науку, дать возможность для роста молодым дарованиям. Ведь, уезжая работать по контракту, наши специалисты приносят огромную пользу зарубежным государствам, в частности, достижения наших ученых становятся достоянием принимающей их страны. Страны – реципиенты получают готовых ученых, не вкладывая в их образование никаких средств, а стране – донору, т.е. России остаются только расходы по обучению высококвалифицированных специалистов и упущенные возможности в развитии нашей науки. Очень серьезная ситуация имеет место в прикладных областях, поскольку самые лучшие специалисты уходят в иностранные фирмы, зачастую с перспективой трудоустройства за границей, тогда как менее удачливым остается трудная задача попытаться найти достойно оплачиваемую работу в отечественной научно-технической отрасли. Старение рабочей силы – также серьезная проблема. Пенсии очень маленькие, поэтому никто не хочет уходить на пенсию и освободить дорогу притоку новых талантов в научно-технические институты.

Последствия «утечки умов» трудно подсчитать в рублях. Однако очевидно, что этот процесс ведет к ослаблению научного потенциала страны, распаду научных школ, свертыванию ряда фундаментальных исследований в России. С точки зрения экономических рисков «утечка умов» представляет собой серьезную проблему для России. Получая хорошую базу, выпускники университетов и аспирантур уезжают на Запад продолжать свое образование. Зачастую они получают предложения о работе, остаются, и в этом заключается очевидный ущерб для нашей страны, так как основа для дальнейшего профессионального роста за рубежом обеспечивается именно здесь, в России.

Как же бороться с интеллектуальной миграцией? Думаю на этот вопрос можно дать множество различных ответов. В вопросе утечки кадров главным, необходимым, но далеко не определяющим, условием решения проблемы является повышение материальной заинтересованности, прежде всего молодых специалистов. Создание крепкой материальной базы может заинтересовать молодых людей оставаться работать в своих родных городах. Но в то же время только создание материальной базы не может предотвратить полностью «утечку мозгов», нужно повысить социальный статус молодого ученого и специалиста, изменить к нему то негативное отношение со стороны работодателя, которое сложилось в современном обществе. Нужно с детства воспитывать у ребенка патриотические чувства к своей родной стране. Предложения по изменению ситуации связанной с «утечкой умов» из России высказываются учеными, политиками, журналистами. Среди них стоит отметить следующие: Во-первых, можно воспользоваться опытом Китая, который для вернувшихся ученых установил зарплату выше, чем в США. Тем самым Китай получает высококвалифицированных ученых, которые имеют опыт работы за рубежом. То есть они могут принести что то новое в науку Китая. Во-вторых, есть и такой выход, как перевод высшего образования на контрактную основу. В контракте может быть указано, что получение бесплатного высшего образования подразумевает, что специалист своей работой на Родине должен

вернуть затраченные на его образование деньги. Тогда, имея контрактные обязательства, специалист не сможет уехать за рубеж. Это своего рода подписка о невыезде.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что действенная защита безопасности самих ученых, общества и государства может быть обеспечена лишь при наличии гибкой и эффективной системы регулирования интеллектуальной миграции. Будущее российской науки продолжает выглядеть унылым, хотя наметились улучшения в привлечении студентов университетов для работы в научно-исследовательских организациях по всей стране. Перспективы трудоустройства для выпускников остаются неудовлетворительными, большую их часть привлекает коммерческий сектор. Таким образом, совершенно очевидно, что назрел вопрос о разработке целостной системы государственного регулирования национального рынка труда с учетом влияния на него мирового рынка рабочей силы. По мере вовлечения нашей страны в мировой миграционный кругооборот возникает потребность в создании системы социально-правовой защиты эмигрантов, организации консультационной помощи при заключении трудовых контрактов. При этом необходимо, чтобы такая политика строилась на основе двусторонних и многосторонних межгосударственных соглашений. Путей решения проблемы «утечки мозгов», на самом деле, может быть множество. Но какими бы они ни были, одним из важных факторов остается человеческий. Пока человек самостоятельно, невзирая на материальные и патриотические принципы, не поймет, что работать в своем городе, в своей стране – почетно, то никакие законы не смогут сдвинуть проблему с мертвой точки. Поэтому, я считаю, что нужно менять психологию молодой личности в данном вопросе.

Список использованных источников и литературы

1. Ушкалов И.Г., Малаха И.А. Утечка умов: причины, масштабы, последствия / Рос. акад. наук, Ин-т междунар. экон. и полит. исслед. и др. – М.: Эдиториал УРСС, 1999.
2. Моисеев Н.Н. Как далеко до завтрашнего дня...: Свободные размышления, 1917-1993. – М.: АО Аспект Пресс, 1994.
3. «Утечка мозгов» как глобальное явление, причины и последствия (электронный ресурс) – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2008/1653>
4. «Утечка умов» из России: мифы и реальность (электронный ресурс) – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2002/059/analit02.php>
5. Утечка мозгов: за и против (электронный ресурс) – URL: <http://www.domik.net/novosti/utechka-mozgov-za-i-protiv-n133582.html>
6. Фараносов А. Проблемы утечки мозгов из России (электронный ресурс) – URL: <http://www.radtr.net/dergi/sayil/faranosov.htm>
7. Утечка мозгов: объективный анализ (электронный ресурс) – URL: <http://www.contrtv.ru/common/1657/>
8. «Утечка умов» из России (электронный ресурс) – URL: <http://www.rhr.ru/index/jobmarket/russia/6267.html>

ИГРА КАК МЕДИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ПОСТМОДЕРНА

Темников М.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Смысл игры как медиального феномена раскрывается в работе немецкого философа Ханса Георга Гадамера «Истина и метод» [1]. Автор говорит о том, что игра выходит за горизонт субъективности играющего и не зависит от его сознания: «в лучшем случае игра достигает через играющих своего воплощения» [1.С.148] – метко отмечает философ. В качестве наглядной иллюстрации Гадамер приводит примеры употребления слова «игра» в метафорическом контексте. Когда мы говорим об игре света, волн, красок и т.п., мы не подразумеваем при этом никакого субъекта, игра осуществляется как бы сама собой [1.С.149]. В этом употреблении игра раскрывает одно из своих ключевых свойств: она предстает как движение, не имеющее конечной цели, как «свободная от целеполагания трансформация» [2]. Для Гадамера это означает, прежде всего, свободу от субъекта, ибо без разницы кто это движение осуществляет [1.С.149]. Говоря об игре (в особенности в переносном значении) мы вообще не фиксируемся на субъекте, игра предстает перед нами как единый процесс. Таким образом, задаваясь вопросом о субъекте игры, нам стоит его приписать не иначе как самой игре [1.С.148]. Но в каком положении находится играющий человек, в таком случае? Конечно, было бы наивно полагать, что человек полностью лишается своего «я», вступая в игру, однако, будучи вовлеченным в «превосходящую его действительность» [1.С.155] это «я» конституируется игрой и подчиняется особым законам ее реальности. Особенно хорошо этот тезис демонстрирует игра актера, на которого накладывается определенная роль, требующая отказа от собственной идентичности на время игрового действия. Также стоит отметить непредсказуемое течение игры, неотъемлемый ее признак. В отсутствии четкого плана действий (что делает игру отличной от такой деятельности как труд) игра лишает человека власти над происходящим, подчеркивая, опять же, свой главенствующий характер. Невозможно продумать игру от

и до и следовать заранее подготовленному плану. У игры нет четкой инструкции, у нее есть лишь правила, которыми она ограничивает поведение играющих, но внутри этих границ, отделяющих игровое пространство от мира обыденного, предоставляется полная свобода действий. Итак, вступая в игру, человек должен отступить от собственной субъективности, он должен позволить игре захватить его, дабы та состоялась в полной мере. Ведь не зря лучший игрок – тот, который играет до самозабвения.

Анализ игры как таковой нужен Гадамеру для того, чтобы раскрыть суть бытия художественного произведения, которое и есть, собственно бытие игры [1.С.151]. Стоит лишь упомянуть, что бытие произведения есть некоторая модифицированная игра. В искусстве игра «поднимается до своей идеальности» [1.С.156], она в полной мере предстает перед нами как медиальный феномен. Прежде всего Гадамер связывает это с появлением зрителя, и соответственно такой функцией игры как презентативность. Такое положение кажется очевидным, если речь идет о спектакле, ведь он есть не что иное, как игра, разыгрываемая (представленная) перед зрителем. В представлении игра являет тотальность своей реальности, образуя свою смысловую целостность. Отсюда, столь интересное положение зрителя, которое отводит ему Гадамер: именно зритель в полной мере способен уловить медиальный способ бытия игры, ибо только перед ним она являет свое единство, это для него актеры играют, как бы откладывая собственную субъективность, обеспечивая целостность зрелища [1.С.156]. Таким образом, сознание зрителя становится точкой наивысшего воплощения игры и ее медиального характера. Такое, как бы привилегированное положение зрителя, однако, не лишает игру ее статуса «превосходящей действительности». Зритель также заброшен в игровую реальность, как и актер театра, но его цель другая: понять смысловое содержание произведения.

Справедливо будет отметить, что описанное выше игровое бытие присуще не только театральному представлению, но и другим формам искусства. Если обратиться к французскому постмодернисту Ролану Барту и его работе «Смерть автора» [3], то можно увидеть схожие с Гадамеровскими рассуждения. Зритель Гадамера вполне может сойти за Бартовского читателя, сознание которого является точкой сборки текста [3.С.390]. Иными словами, читатель является создателем текста, в том смысле, что текст обретает свое бытие благодаря читателю. Посредством чтения происходит актуализация литературного произведения: смыслы, присутствующие в очерченном автором семиотическом пространстве, высвобождаются и становятся доступными для понимания. На наш взгляд это есть не что иное, как механизм бытия художественного произведения как игры, описанного выше. Однако смыслы, предстающие перед читателем, не являются чем-то перманентным. Любой текст в постмодернизме это интертекст, то есть текст, вплетенный в целую систему текстов. Другими словами любой текст состоит из скрытых цитат, ссылок на иные произведения и т.д. и т.п. [3.С.390]. Этим мы хотим сказать, что смыслы, вплетенные в структуру литературного (да и любого другого) произведения постоянно трансформируются. У текста нет тайны, то есть конечного смысла [3.С.390], пишет Барт. Таким образом, текст являет нам свою игривую натуру, представляя из себя бесконечное свободное движение смыслов, их постоянное порождение и улетушивание. Здесь явственно видно как игра реализуется в качестве свободного от целеполагания движения, независимого от субъекта, ибо для него, как личности постмодерн вовсе не оставляет места: это всего лишь пустая ячейка языка, это то пространство, в котором может быть воплощена игра.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что игра как медиальный феномен в постмодернизме принимает новый размах. Художественное произведение, как игра, не просто предстает перед зрителем/читателем в своей целостности как «превосходящая его реальность», но и, существуя посредством текста, который содержит скрытые ссылки, обращается к иному опыту, вовлекая субъекта в новую игру, разворачивающуюся за счет свободной трансформации смыслов. Текст, вписанный в более обширную структуру, позволяет игре выйти за пределы единого художественного произведения, и такая игра, в конечном итоге, приводит нас к образу мира, который также является ничем иным как текстом, как гласит один из основных постулатов постмодерна. Другими словами, отдельно взятое художественное произведение является как бы отправной площадкой игры, имеющий неограниченный потенциал, поскольку она завязана на языке, у которого нет исходной точки [3.С.388]. Для субъекта это означает, что он, вовлеченный в бесконечную «смыслопорождающую» трансформацию, не в силах полностью и окончательно постигнуть игру: она все время ускользает, стимулируя его к возобновлению движения.

Список использованных источников и литературы

1. Гадамер Х.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики. – М., 1989.
2. Катаев С. Праздник методологии: постмодернистские игры в новые смыслы [Электронный ресурс]: Энциклопедия интересных статей портала «Excelion.ru» – URL: <http://articles.excelion.ru/science/filosofy/65621102.html> (дата обращения 22.04.13)
3. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М., 1994.

РОЛЬ РЕЛИГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Тропынина А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В наше непростое время, когда прежняя вера в царство справедливости на земле, которое последователями учения К. Маркса называлось «коммунизмом», разрушена, замена отвергнутому идеалу ещё не найдена, необходимо, прежде всего, обратиться к системам взглядов на мир и человека в нём, выработавшихся человечеством на протяжении тысячелетий, чтобы противостоять попыткам внедрить в сознание людей деструктивные, разрушительные идеи, часто облечённые в религиозную оболочку [1.С.15].

Это особенно необходимо в нашей многонациональной стране, где сосуществуют верующие, принадлежащие к различным конфессиям, и атеисты. Для благополучного и мирного проживания в таких условиях необходима толерантность к любым точкам зрения, взаимоуважение людей любых взглядов и убеждений. Религия – это система устоявшихся взглядов. Чтобы уважительно относиться к любым формам религии, необходимо знать религиозные традиции, иначе по неведению, нехотя, можно задеть религиозные чувства живущих рядом людей. Для самоуважения и сохранения культурных традиций следует знать историко-религиозные основы культуры и своего народа.

Нередко религиозные лозунги используются различного рода экстремистами, преследующими на деле далеко не религиозные цели. Чтобы отделить плевелы от зёрен, также необходимо знать не только основные религиозные постулаты, но и то, как они возникали и в связи, с чем трансформировались [2.С.67]

Как развивались эти представления, как интерпретировались в различных религиозных учениях, почему имеются столь различные подходы к трактовке смысла и назначения человеческого бытия, как и почему сформировались они, можно ли примирить взгляды различных религиозных конфессий, возможно ли в будущем объединение всех религий в единую мировую религию и нужно ли это? На эти и многие другие вопросы я постараюсь ответить в своей статье.

Данная тема особенно актуальна в наше время, так как возрастает роль религии в современном обществе. Роль религии ощущается не только в политической жизни государства, но в экономике и спорте. Да, пожалуй, нет ни одной области, где бы не чувствовалось влияние церкви. Так, например, на государственном уровне решается вопрос о введении в российских школах нового предмета «Православная культура», в армии существует должность армейского священника. И я считаю, что совсем не обязательно исповедовать какую-либо религию, главное знать о ней. Хотя, по моему глубокому убеждению, именно религия является тем спасательным кругом, который выведет нашу страну из бездуховности, агрессивности по отношению друг к другу и поставит на путь милосердия и толерантности.

Можно много спорить о положении религии в современном обществе. Однако однозначно оценить ее роль, возможности и перспективы попросту не возможно. Весь опыт XX века показал несостоятельность односторонних прогнозов относительно дальнейших судеб религии: либо ее неминуемого или близкого отмирания, либо грядущего возрождения былой мощи. Сегодня очевидно, что религия играет заметную роль в жизни общества и что она претерпевает глубокие и неотразимые изменения [3.С.28].

На положение религии в современном обществе решающее воздействие оказывают две главные силы современности – наука и политика. Их эволюция в современном обществе ведут к неоднозначным для религии последствиям: разрушая традиционные установления, они подчас и открывают для нее и новые возможности.

Успехи в овладении природой с помощью техники, достигнутые в XX веке на основе гигантского приращения научных знаний, оказали глубокое воздействие на религиозное сознание. Однако типичные для прошлого века ожидания близкого конца религии в результате развития науки не сбылись. Наука не вытеснила религию, но она вызвала глубокие перемены в религиозном сознании – понимании Бога, мира, человека. Религия в качестве нравственной духовной силы получила возможность сегодня вступить в диалог с миром, судьбы которого оказались зависимыми от его нравственной состоятельности перед лицом реальных проблем общественного развития. В основе культурных ценностей, разделяемых большинством религий, лежат универсальные общечеловеческие ценности, такие понятия, как любовь, мир, надежда, справедливость. И эти вечные человеческие ценности неразрывно связаны с религиозным мировосприятием и мироощущением [4.С.142].

В настоящее время большинство церковных иерархов и рядовых священнослужителей стоят на позициях нового осмысления современных социально – экономических и общественно – политических проблем, возникающих в процессе развития и изменения нашего общества, ориентирует церковь на повышение нравственного потенциала человека.

Итак, религия в течение своей истории в разные периоды развития постоянно влияло на процессы формирования и функционирования различных видов интеллектуальной деятельности, других разнообразных форм социальной активности.

С помощью религиозной символики полученный человечеством опыт встраивается в глубинные мировоззренческие пласты, формируя религиозное мировоззрение в его целостности и всеохватности. Религия может быть понята как символическая модель мира, обобщающая и по определённым принципам упорядочивающая весь опыт отношения человека к природе и космосу, к самому себе и всему человечеству.

В религии переплетаются, порой причудливо, компоненты общегуманистические, формационные, цивилизационные, классовые, этнические, глобальные и локальные. В конкретных ситуациях актуализируются, выступают на передний план те или другие: религиозные лидеры, мыслители, группы могут далеко не одинаково выражать указанные тенденции. Все это напрямую связано и с социально-политическими ориентациями; история показывает, что в религиозных организациях были и есть разные позиции: прогрессивная, консервативная, регрессивная. Причем данная группа и ее представители не всегда жестко придерживаются какой-то определенной. В современных условиях значимость деятельности любых институтов, групп, партий, лидеров, в том числе и религиозных, определяется, прежде всего, тем, в какой мере она служит утверждению общегуманистических ценностей [5.С.94].

Как остроумно заметил Н. Бор, «человечество сделало два величайших открытия, одно – что Бог есть, второе – что Бога нет». И, возможно, не столь важно, какой из этих точек зрения придерживается каждый из нас в своём самоопределении в мире, а важно найти ту дорогу, которая приведёт нас к Храму.

Список использованных источников и литературы

1. Гараджа В.И. Религиоведение. – М.: Аспект Пресс, 1994.
2. Гараджа В.И. Религиоведение. – М., 1995.
3. Крывелев И.А. История религий. – М.: Мысль, 1975.
4. Мчедлов М.П. Религия и современность. – М. Издательство политической литературы, 1982.
5. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология. – М.: Центр, 1997.

ТРАНСФОРМАЦИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВАНИЙ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Черепанова М.В., аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Большинство исследователей сходятся во мнении, что современное общество коренным образом отличается от всех предшествующих социальных практик. Английский социолог З. Бауман полагает, что «на современной стадии ... мы вступили на территорию, которая никогда прежде не была населена людьми, – на территорию, которую культура в прошлом считала непригодной для жизни» [1.С.316]. Данное утверждение основано на кризисе целостной и устойчивой социальной структуры, в рамках которой сохранялся баланс общественного и частного. Анализ динамики этой структуры предполагает исследование взаимосвязей между различными ее уровнями: личностью, социальной группой и обществом (их можно условно обозначить как антропологический, корпоративный и социальный). Разбор означенных структурных элементов возможен лишь при понимании их природы, формирующейся в рамках диалектического взаимодействия. В качестве смыслового стержня, объединяющего эти фрагменты, предстает аксиологическая составляющая, соответственно, модификация системы ценностей приводит к изменениям социальной структуры и наоборот. Так, разрушение иерархической организации социума сопровождается исчезновением прежней пирамиды ценностей вместе с венчавшими ее идеалами, что, в свою очередь, дискредитирует модель гармонично-целостной личности.

Трансформация антропологического уровня социальной системы определяется нивелированием идеи целостной личности, характерной для классической модернистской культуры. В первую очередь, происходит переосмысление самого понятия целостности. З. Бауман определяет этот момент следующим образом: «Мы больше не верим в миф существования фрагментов, которые, подобно частям старинной статуи, просто ждут, когда найдут последний, чтобы их можно было склеить вместе для создания единого целого, которое идентично первоначальному целому. Мы больше не верим в некогда существовавшую изначальную цельность или в конечную цельность, ожидающую нас в будущем» [2.С.28]. Связано это с тем, что в новом мире прекращает свое существование та система координат, которая долгое время определяла мировидение западного человека.

Прежде всего, исчезает линейная организация времени-пространства. Нововременная культура пронзается стрелой времени, направляющей ее от прошлого к будущему, в соответствии с идеей прогресса. Прогресс предполагает постоянное развитие, как культуры, так и личности, отталкивающееся от предшествующих исторических этапов. Образу временного развития соответствует общественная иерархия и продвижение по социальной лестнице в качестве априорной модели поведения. Принцип организации новой социальной реальности детерминирует отказ от традиционного типа мышления и переход к постметафизическому видению мира, которое отражает процесс непрерывного изменения и становления «мерцающей» современности.

В данном контексте необходимо отметить еще один важный момент. Впервые со времен Античности происходит отказ от бинарной системы оппозиций, которая предполагает неизменное существование двух полюсов, определенным образом лимитирующих мышление человека, и тем самым исполняет ценностно-ориентирующую функцию. Отныне целостность предстает не как дуалистическое единство двух противоположных составляющих (часть-целое, субъект-объект, материя-сознание и др.), а как нечто синкретичное, слитное, «сплошное», не несущее в себе идеи прежней или потенциальной двойственности. Круговорот образов и суждений, возникших на обломках рационально организованной модернистской культуры, становится универсальным строительным материалом: редукция к предельно элементарным основаниям выступает истоком новой организации реальности.

Вышеозначенные пункты коррелируют с кризисом идеи идеала, который содержит в себе основные интенции культуры эпохи модерна. Нормативность в принципе является «специфической онтологической характеристикой культуры» [3.С.13], которая всегда есть ориентация на нечто абсолютное, здесь-и-сейчас-невозможное и предполагает постоянную творческую переработку сложившейся ситуации с целью её преобразования в иное, высшее состояние. То есть, сфера культуры предполагает постоянную направленность на трансформацию наличного бытия. Это требует включения в ее структуру идеала, как высшего уровня экзистенции, обеспечивающего интенциональность развития личности, а вместе с ней и самой культуры.

Идеал связывает каждое человеческое действие со всеобщим законом, отдельные проявления эмпирической реальности с их метафизической сущностью, в этом смысле он представляет собой внутреннюю составляющую субъекта: «идеал не то, чем так часто были идеи в истории духа, либо чуждое грезящееся абсолютное, неприкасаемо парящее над миром действительности, либо бесполезное удвоение выведенных из этого мира понятий, – он есть внутренний смысл вещей, нашего понимания их и нашего практического обращения с ними, смысл, который отнюдь не выступает из них как метафизическая действительность, каждая его стадия обладает значимостью только как звено развития, выводящего за него самого» [4.С.134]. Такая трактовка идеала позволяет говорить о том, что он сохраняет единство двух проявлений культуры – наличного и становящегося, расстояние между которыми невозможно измерить в пространственно-временном контексте.

Исчезновение идеала неизбежно ведет к потере цели развития, разрушению трансцендентного уровня жизни, который позволяет координировать основные социокультурные процессы, соотнося их с неким совершенным состоянием. Вследствие этого пропадает способность человека к саморефлексии, адекватной оценке происходящих событий и моделированию своего поведения. Попытка выстроить новую аксиологическую сетку в отрыве от прежней культурной традиции и опоры на социальные предписания неизбежно ведет к плюрализму мнений и дальнейшей атомизации общества. При этом личность замыкается на себе и тем самым рискует обернуться не средоточием всего многообразия жизненных практик, а лишь пустой возможностью существования.

Кризис личности как социальной подсистемы, таким образом, связан с разрушением ценностной направленности, которая выполняет интегрирующую функцию по отношению ко всем другим составляющим ее элементам. Вследствие нивелирования ценностных установок не только исчезает представление о гармоничной личности, но и теряется внутренняя связь между ее индивидуальными поведенческими особенностями и социальными проявлениями. Именно ценностное ядро личности представляется структурным элементом, образовавшим базис социальной структуры. Между центрами личностных ценностных систем протягивались нити социальных связей, образуя устойчивую структуру. После разрушения этих ядер структура сначала становится неустойчивой, а затем окончательно исчезает. В личности начинает доминировать ее индивидуальная составляющая, увеличивающаяся соразмерно уменьшению степени социализации. Диалектическое единство индивида и общества оказывается нарушенным.

Описанные изменения, в свою очередь, приводят к трансформации следующего, корпоративного уровня организации. Корпорация как человеческое сообщество, формирующее определенные общие ценности и нормы, регулирующие отношения между его членами, дающее им чувство принадлежности, то есть создающее свою культуру, особенно важна, поскольку, как известно, в современном обществе традиционный уклад жизни и поддерживающие его структуры разрушаются. Личность, прежде определявшаяся через ее включенность в различные социальные группы, теперь позиционируется как абсолютно свободная. Принцип органичной интеграции вытесняется представлением об идентичности, отражающей новые формы социального взаимодействия.

Однако попытка отыскать в идентичности точку опоры, перевести стремительный поток жизни в привычное русло оборачивается не унификацией правил поведения, а дальнейшей деструктуризацией и фрагментацией, так как общие цели, пропагандируемые корпорацией, не просто допускают, но предполагают поиск каждым индивидуальным путем решения. Ключевой метафорой, описывающей сложившуюся ситуацию, выступает лабиринт, каждый отрезок которого самодостаточен, не связан с предшествующим и предстоящим этапом, а потому не подчиняется всеобщим законам. Новая реальность предполагает выработку нового механизма индивидуального поведения, ориентированного на отдельный «здесь-и-сейчас» эпизод.

В сущности, происходит отказ от классической модели сообщества и складывание иных форм социальной организации (З. Бауман называет их «гардеробными» или «карнавальными» сообществами). Поиск людьми групп, с которыми они могут себя идентифицировать, продолжается, однако в постоянно изменяющейся реальности нет места традиционным устойчивым структурам. Социальность человека неуклонно снижается, происходит интериоризация и трансформация некогда внешних универсальных принципов. Идентичность, выступающая связующим звеном между индивидом и сообществом постепенно размывается и виртуализируется. При этом каждый человек остается один на один с онтологическими дилеммами. Преодоление сложившейся ситуации возможно лишь на основе её глубокого философского анализа с последующей выработкой новых устойчивых ориентиров в рамках неустойчивой социальной реальности.

Список использованных источников и литературы

1. Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002. – 390 с.
2. Бауман З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
3. Аванесов С.С. Нормативность культуры // Дефиниции культуры. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2009. – Вып. VIII. – С. 12–15.
4. Зиммель Г. Избранное / Г. Зиммель. – Т.1. – М.: Юрист, 1996. – 672 с.

ФИЛОСОФСКИЙ ПОРТРЕТ УЧЕНОГО, СПОСОБНОГО ИЗМЕНИТЬ МИР НАУКИ

Чубаров Д.Л., Бондаренко В.В., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В истории развития науки время от времени возникают такие проблемы, которые не могут быть решены при помощи известных методов и средств. Период развития науки, в котором старые научные представления ставятся под сомнение и впоследствии полностью или частично заменяются новыми, называют научная революция.

Научные открытия, совершенные в различных областях науки, создают предпосылки для пересмотра научной парадигмы, замены старых подходов новыми и переоценке существующих ценностей. Все это было бы невозможно без таланта ученого, способного поставить под сомнение существующее положение дел и предложить новый вариант решения научной проблемы, не решаемой в рамках прежней научной парадигмы.

Именно такого рода изменения произошли в науке на стыке XVII-XVIII вв. Они связаны с именами таких ученых как Христофор Колумб, Николай Коперник, Галилео Галилей, Иоганн Кеплер, Исаак Ньютон, открытия которых привели к формированию новой картины мира на основании применения опытного или экспериментального (эмпирического) метода.

Основа экспериментального метода была сформулирована значительно раньше – в XV веке – знаменитым ученым, философом, естествоиспытателем Леонардо да Винчи. Именно Леонардо одним из первых стал утверждать, что единственным критерием истины может быть признан только опыт, а единственным методом, ведущим к значимому результату, индукция, чем нанес удар по средневековым представлениям о дедукции, как единственном методе, приводящем к истине, и умозрительному философствованию, характерному для этого периода. «Пусты и полны заблуждений те науки, которые не порождены опытом, отцом всякой достоверности, и не завершаются в наглядном опыте» [1].

Те изменения, которые произошли в науке во времена Леонардо да Винчи, сопоставимы, на наш взгляд, только лишь с открытиями, сделанными Альбертом Эйнштейном.

А.Эйнштейн является автором огромного количества научных работ, как по физике, так и по истории и философии науки. Но вошел в историю он, конечно же, как автор Теории относительности, перевернувшей научный мир. Кроме того, этот великий ученый работал над проблемами космологии, единой теорией поля и предсказал «квантовую телепортацию», что на несколько поколений опережало его время и было неоднозначно воспринято современниками. Именно Эйнштейну принадлежит основная заслуга за введение в науку новых физических концепций на основании пересмотра Ньютонической концепции пространства и времени.

На основании философского анализа научного наследия этих выдающихся ученых мы попытаемся создать портрет ученого, способного перевернуть научные представления и сформировать идеи, которые могут послужить основанием новой научной парадигмы. На основе этих взглядов мы попробуем составить философский портрет ученого, способного совершить подобный прорыв, среди известных деятелей современной науки.

Говоря о Леонардо да Винчи, который является примером «универсального ученого», возникает вопрос – можем ли мы квалифицировать его как Инженера или как Учёного?

Этот вопрос по отношению к творчеству своего великого соотечественника обычно ставят итальянцы. Ход их рассуждений сводится к тому, что Леонардо открыл путь к переосмыслению научно-философской культуры, которая дала начало научной революции, осуществленной Коперником, Кеплером, Галилеем, Декартом, Ньютоном и другими учёными Нового времени. Леонардо тесно

увязывал приобретение знаний с их реализацией или, говоря современным языком, стремился объединить теорию с практикой.

Задача учёного, по его мнению, состояла не только в поисках общих принципов с целью объяснения всех природных и иных явлений, но и в том, чтобы отыскивать, изобретать, создавать соответствующие инструменты и с их помощью подходить к этим явлениям, а в случае необходимости корректировать их, приспособляя к нуждам людей. Эта идея гораздо ближе к прикладной науке, что и было доказано Леонардо работами в области градостроительства, инженерной гидравлики, гражданской и военной инженерии [2].

Следует отметить, что Леонардо использовал аналитический метод исследования природы, который получил свое распространение лишь в XVII в.

Согласно наблюдениям Леонардо да Винчи, природа порождает из сочетания ряда условий определенные действия. Чтобы раскрыть эти условия, познать причины, порождающие интересующие человека действия, исследователь должен разложить эти действия посредством экспериментов на ряд простых элементов, указывающих на причинные закономерности, и познать их. В связи со своими интенсивными занятиями механикой Леонардо да Винчи одним из первых при переходе к новому времени сформулировал принцип детерминизма, сознательно противопоставив его принципу телеологии, почти безраздельно господствовавшей не только в схоластике, но и в натурфилософии.

От идеи детерминизма, ученый поднялся к еще более важной философской категории – идее закономерности, объективного закона природы. «Необходимость, – писал он, – наставник и опекун природы... и узда, и вечный закон». [3.С.11] По убеждению Леонардо да Винчи все сферы действительности подчиняются численным отношениям, обнаруживают математические пропорции. Надо, однако, иметь в виду, что эти свои идеи ученый изложил афористично в записных книжках и дневниках. Публикация и изучение научно-философских записей Леонардо да Винчи начались лишь со 2-й половины XIX в., хотя некоторые из содержащихся здесь идей и проектов были использованы отдельными учеными еще в эпоху Возрождения [4].

Подобные черты можно обнаружить и в представлениях Альберта Эйнштейна. «Если под философией понимать поиски знания в его наиболее общей и наиболее широкой форме, то ее, очевидно, можно считать матерью всех научных исканий. Но верно и то, что различные отрасли науки, в свою очередь, оказывают сильное влияние на тех ученых, которые ими занимаются, и, кроме того, сильно воздействуют на философское мышление каждого поколения» [5].

Работы Эйнштейна наряду с громадным значением в физике имеют также большое философское значение. Очевидность этого следует из того, что теория относительности связана с такими понятиями как материя, пространство, время и движение, а они являются фундаментальными философскими понятиями.

Создание теории относительности было закономерным результатом переработки накопленных человечеством физических знаний. Теория относительности стала следующей ступенью развития физической науки, включив в себя позитивные моменты предшествующих ей теорий. Так, Эйнштейн в своих работах, отрицая абсолютизм механики Ньютона, не отбросил ее полностью, он отвел ей подобающее место в структуре физического знания, считая, что теоретические выводы механики пригодны лишь для определенного круга явлений. Аналогичным образом обстояло дело и с другими теориями, на которые опирался Эйнштейн, он утверждал преемственность физических теорий, говоря, что «специальная теория относительности представляет собой результат приспособления основ физики к электродинамике Максвелла-Лоренца. Из прежней физики она заимствует предположение о справедливости евклидовой геометрии для законов пространственного расположения абсолютно твердых тел, инерциальную систему и закон инерции. Закон равноценности всех инерциальных систем с точки зрения формулирования законов природы специальная теория относительности принимает справедливым для всей физики (специальный принцип относительности). Из электродинамики Максвелла-Лоренца эта теория заимствует закон постоянства скорости света в вакууме (принцип постоянства скорости света)» [5].

Вместе с тем Эйнштейн понимал, что специальная теория относительности (СТО) также не являлась незыблемым монолитом физики. «Можно лишь заключить, – писал Эйнштейн, – что специальная теория относительности не может претендовать на неограниченную применимость; ее результаты применимы лишь до тех пор, пока можно не учитывать влияние гравитационного поля на физические явления (например, световые)» [6].

Таким образом, сформулированная А. Эйнштейном теория относительности позволила науке сделать огромный шаг вперед в описании природного мира и объединить понятия материи, пространства и времени, которые ранее понимались обособленно. Кроме того, выдвинутые на основании СТО предположения, например, об искривлении траектории светового луча вблизи Солнца, подтвердились и дали ответы на огромное количество вопросов, не разрешимых в течение долгого периода времени. Это, в свою очередь, повлекло за собой новые вопросы и новые решения, поиск ответов на которые будет следующим этапом в познавательном процессе.

Подводя общую грань под исследованием философских воззрений на науку Леонардо да Винчи и Альберта Эйнштейна, можно увидеть ряд схожих черт, присущих обоим ученым. Их объединяет то, что

оба они связывали понятия, которые не могли или не считали нужным объединять их современники. Леонардо да Винчи впервые в человеческой истории связал теорию и практику, что стало причиной громадного скачка в науке и технике того времени. Мысли да Винчи опередили его время на 200 лет.

Так же, как и Леонардо да Винчи, Альберт Эйнштейн, прежде чем создать новую теорию, которая смогла бы ответить на неразрешимые вопросы, сделал огромный шаг, объединив такие философские понятия, как пространство, время и материя между собой и описал особенности их взаимодействия. Таким образом, его специальная (а в последствие и общая) теория относительности позволила совершить прорыв как в теоретической физике и стала основой свершения многих практических открытий.

Оба ученых были сторонниками аналитического способа мышления, в основе которого лежала идея разложения любого закона или явления до простейших составляющих и утверждали, что в основе всего лежат законы природы. Только да Винчи, в силу слабого развития науки того времени, полагал, что законы природы – это и есть простейшее составляющее мира, а Эйнштейн утверждал, что все законы природы могут быть сведены к некоторому закону, сформулированному на языке пространственно-временных понятий.

Таким образом, говоря о философском портрете ученого, способного вывести современную науку на совершенно новый уровень, мы с уверенностью можем сказать, что он должен мыслить не так, как мыслят большинство пусть даже всемирно признанных ученых. Он должен уметь объединять и обобщать такие понятия, которые до него считались совершенно независимыми друг от друга, а так же суметь найти то единичное звено, на основе которого можно построить те или иные глобальные законы и теории.

В процессе нашего исследования мы пришли к выводу, принимая во внимание сходные черты во взглядах описанных нами ученых, что из всех современных ученых, занимающихся исследованием проблем происхождения Вселенной, схожими с Эйнштейном и да Винчи взглядами отличается британский физик Стивен Хокинг (*Stephen William Hawking*), которого по праву называют одним из самых влиятельных физиков-теоретиков нашего времени. Основное направление его исследований в рамках космологии и квантовой гравитации – изучение такого феномена как черные дыры. Кроме того, Хокинг внес вклад в развитие таких теорий, как теория квантовых струн, «теория всего».

«Некоторые люди будут сильно разочарованы, узнав, что окончательной теории нет, – сказал Хокинг. – Я тоже принадлежал к этому лагерю, но теперь я передумал. Мы будем всегда иметь дело с вызовом со стороны новых научных открытий. Без этого цивилизация будет застаиваться. Поиск можно продолжать очень долго» [7].

С. Хокинг, как и А. Эйнштейн с Л. да Винчи фактически опроверг общепринятые научные постулаты. Речь идет о таком понятии, как исчезновение информации в чёрной дыре. Это явление, несомненно с общими принципами квантовой механики и потому представляет собой сложную проблему, стоящую перед квантовой гравитацией. Взгляды С. Хокинга так же новы и революционны для современной науки, как в свое время были взгляды двух великих ученых Леонардо да Винчи и Альберта Эйнштейна. Таким образом, можно предположить, что именно работы Стивена Хокинга требуют особого внимания и возможно вскоре произведут революцию в научном мире.

Список использованных источников и литературы

1. Голин Г.М., Филонович С.Р. Классики физической науки (с древнейших времен до начала XX в.). Справочное пособие. – М.: Высшая школа, 1989. – 576 с.
2. Орлов В.В. Основы философии. Часть 1. Общая философия: Пермский университет. – Пермь, 2001. – 216 с.
3. Леонардо да Винчи. Избранные естественнонаучные произведения – М.: Изд-во АН СССР, 1955. – С. 642.
4. Столетов А. Г. Избранные сочинения. Леонардо да Винчи как естествоиспытатель. – М.-Л.: Гостехиздат, 1950. – С. 611-640.
5. Эйнштейн А. Собрание научных трудов. – М.: Наука, 1967. – 600 с. [Электронный ресурс] –URL: <http://lib.rus.ec/b/226391>
6. Эйнштейн А. Теория относительности. – Ижевск. – НИЦ. Регулярная и хаотическая динамика. – 2000. – 224 с. – С.30. [Электронный ресурс] – URL: <http://sciencemixture.ru/literature.html>
7. Хокинг С. Краткая история времени: от Большого взрыва до чёрных дыр. – СПб.: Амфора, 2001. – 268 с. – URL: <http://grani.ru/Society/Science/m.21458.html>

УЧЕНИЕ О ЛОГОСЕ ГЕРАКЛИТА И ЕГО ТЕМАТИЗАЦИЯ В РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ НАЧАЛА XX ВЕКА

Шамина А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Конец XIX в. – начало XX в. – это, безусловно, яркий, озаменованный важнейшими историческими событиями временной период. В России он, помимо всего прочего, характеризуется вспыхнувшим с новой силой антагонизмом Востока и Запада, духовности и рационализма, который

зародился задолго до этого и уже неоднократно так или иначе проявлял себя ранее. На заре XX века в России образовались два противоборствующих лагеря: «неозападники» и «неославянофилы» [1.С.7], первые из которых выступали за европеизацию и синтез русской и западной культур, другие – напротив, отстаивали автономию России, её значимость и уникальность в мировой истории. В Москве большую известность приобрело неославянофильское книгоиздательство «Путь» и неозападническое – «Мусагет», выпускавшее журналы «Логос» (1909-1917) и «Труды и дни» (1912).

Задачи статьи. Во-первых, рассмотреть понятие «Логос» в работах Б.В. Яковенко, как представителя неозападников; а также С.Н. Трубецкого и В.Ф.Эрна, выступающих с позицией неославянистов. Во-вторых, дать сравнительный анализ позиций Б.В. Яковенко, с одной стороны, и С.Н. Трубецкого и В.Ф. Эрн, с другой, а также указать на причину их разногласий относительно идеи Логоса.

Их взгляды расходились в вопросе о роли философии по отношению к религии и культуре. «Путейцы» считали, что философия может быть лишь религиозной, а «Логосовцы» полагали, что философия – это отдельная, независимая наука, «повинующаяся лишь законам чистой мысли» [1.С.8].

Начало современной европейской философии связано с учениями мыслителей Эллады VI в. до н.э., идея Логоса была введена в философский обиход Гераклитом Эфесским (540-480), известным как «Тёмный» [2.С.17]. К сожалению, большая часть его труда утрачена, а та, что сохранилась, написана сложным для понимания языком, не представляется возможным восстановить хронологический и логический порядок фрагментов, а значит, остаётся тайным и не раскрываемым до конца смысл и контекст причудливых гераклитовских фраз.

Гераклит ввёл понятие «Логос», так и не дав точного и однозначного определения этого термина, познание которого «требует совершенно особых усилий и предполагает изменение обыденных установок сознания» [3.С.59]. «Логос» означал и первоогонь, и «жребий, согласно которому происходило воспламенение всех вещей и возвращение их из огня», и «Божественный Разум» как судью истины, и «Необходимость», и нечто «всеобъемлющее и всеобщее» [2.С.126]. Этот «Разум» присутствует во всем, но большинство людей, «подобные спящим», не видят его, даже если им и рассказать, люди всё равно не сразу поймут что к чему. Кроме того, «Логос» у Гераклита – «слово (речь) самой вечной природы» [3.С.60].

Гераклит как бы выделяет два вида понятия «Логос», которые условно можно назвать объективным (всеобщий и всеобъемлющий божественный разум) и субъективным (слово-закон, выражение логоса в мышлении людей).

Из-за многозначности и неточного определения понятия «Логос» в учении Гераклита и возникла контрарность позиций неозападников и неославянофилов по отношению к пониманию, применению и интерпретации данного термина. Скорее всего, нам никогда не удастся узнать истинного смысла или соотносённости разных смысловых оттенков, которые вкладывал сам Гераклит в идею Логоса. А значит, существование философских течений с диаметрально противоположными взглядами или с расходящимися мнениями касательно одного и того же вопроса неизбежно. Что и наблюдаем мы на примере неозападников и неославянофилов.

Имя неозападника Бориса Валентиновича Яковенко (1884-1949), стало известно благодаря философскому журналу «Логос». В нём он опубликовал одноимённую статью, вышедшую в свет в 1911 году. Проблематикой Логоса он занялся, так как считал, что русскую философию необходимо спасти от «самопотопления в религиозных переживаниях» [1.С.22], путём перехода от мифологического Логоса к Абсолютному Логосу при помощи «трансцендентализма». Исследуя отражение этой проблемы в работах различных философов, с античности до современной философии, начавшейся в XIX веке, Б.В. Яковенко тематизирует Логос в двух аспектах – историко-философском и систематическом. Он выдвигал идею рассмотрения Логоса не как примирителя абсолютного и относительного, а «как свободное от этой дилеммы первоначало» [4.С.90], как трансцендентный Логос.

На фоне событий первой мировой войны антагонизм духовного Востока и рационалистического Запада всё чаще отображается в работах богословствующих философов, к которым относятся неославянофилы.

Владимир Францевич Эрн (1882-1917), открыто критикуя журнал «Логос», противопоставлял не восточную и западную культуры в целом, а принципы, лежащие в их основе, «познавательные начала», названные им соответственно «логизмом» и «рационализмом» [5.С.7].

«Логос» у В.Ф. Эрн – это «разум, имманентно пронизывающий живую и конкретную реальность», «божественный принцип», а «Ratio» – не что иное, как «формальный рассудок, оторванный от бесконечной множественной жизни» [Там же]. Эти принципы не могут сосуществовать, они взаимоисключающие. Он говорил о Логосе как о примирителе «индивидуализма» и «универсализма» [6.С.90], как об одном из основных принципов русской философии, понимание которого «связано с внутренней борьбой» человека [6.С.89].

Зачастую неославянофилом называют и Сергея Николаевича Трубецкого (1862-1905). Однако, находясь под влиянием богословствующих философов, он во многом не разделял их позиций. Стремясь объединить религию, точнее «христианское богословие», и философию воедино, С.Н. Трубецкой утверждал, что именно благодаря эллинской метафизике, «восставшей против многобожия» [7.С.12],

была подготовлена «почва» для принятия христианства. Проблеме «Логоса» Трубецкой посвятил свою докторскую диссертацию (1900 г.). Он рассматривал эллинскую метафизику и христианство во взаимоотношении христианства и греческого просвещения как двух начал европейской цивилизации, что свидетельствовало о его стремлении погрузить историко-философскую проблему в социо-культурный контекст.

С.Н. Трубецкой провёл историческое исследование, начиная с эллинской эпохи, и заканчивая влиянием идеи Логоса на христианство и на современную ему культуру Запада и России. В каждом из рассмотренных им исторических периодов он находил идею Логоса, пытался показать влияние этой идеи на христианство. Кроме того с помощью Логоса (в особенности христианского) С.Н. Трубецкой стремился найти и продемонстрировать смысл культуры, истории и в целом существования человека. Его идея Логоса-Разума – это синтез «Слова Божьего» и его воплощения в праведной жизни человека (христианина). С.Н. Трубецкой ставил Логос в основание мира вместе с разумным любящим Началом, что является сущностью его своеобразного синкретизма.

Философы XX века, освещая проблему Логоса, часто обращались к работам С.Н. Трубецкого и В.Ф. Эрн. При своеобразии позиций каждого из них, оба связывали Логос с духовным, божественным, а не рационально рассудочным началом.

Б.В. Яковенко, представитель неозападничества, называл Логосом всеобщую, «промежующую» силу между Абсолютным и Относительным.

Общим для всех названных философов является указание на трансцендентный характер Логоса и на его нормативно регулирующую роль. Для всех трёх философов в той или иной мере характерно историческое исследование понятия и проблемы Логоса.

Но исторический экскурс приводит к разным, даже противоположным выводам. Это связано не только с трудностями трактовки исходного понимания Логоса, «загадками» учения Гераклита, сложностями интерпретации его учения, но и с установками западнического и славянофильского мировоззрения, акцентирующих важные именно для них аспекты в учении о Логосе Гераклита Эфесского и развитии этого учения в последующие времена.

Список использованных источников и литературы

1. Ермичёв А.А. О неокантианстве Б.В. Яковенко и его месте в русской философии // Яковенко Б.В. Мошь философии. – СПб: Наука, 2000 – С. 5-42.
2. Муравьёв С.Н. Гераклит Эфесский: всё наследие на языках оригинала и в рус. пер.: кратк. изд. – М: ООО Ад Маргинем Пресс, 2012 – 347 с.
3. История философии. Запад-Россия-Восток. – М.: Греко-латинский кабинет, 1995 – 480 с.
4. Яковенко Б.В. О Логосе // Мошь философии. – СПб: Наука, 2000 – С. 56-90.
5. Шеррер Ю. Вступительная статья // В.Ф. Эрн. Сочинения. – М.: Правда, 1991 – С. 3-8.
6. Эрн В.Ф. Нечто о Логосе, русской философии и научности // В борьбе за Логос/Сочинения. – М.: Правда, 1991 – С. 71-108.
7. Гайденок П.П. Конкретный идеализм С.Н. Трубецкого // С.Н. Трубецкой. Сочинения. Философское наследие, том 120. – М.: Мысль, 1994. – С. 3-41.

ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНОВЕДЕНИЯ КАК СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ

Штанько М.А., к.ф.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Тенденции и перспективы развития современного высшего образования нельзя рассматривать сквозь призму потребностей экономики: необходим переход от эконоцентризма к социоцентризму и культуроцентризму. Становится очевидным, что социальный эффект образования часто превышает его непосредственную экономическую выгоду [1]. Подобная ситуация, по мнению Земляной Т.Б. и Павлычева О.Н. [2;4], связана с тем, что образование в XX-м веке стало одной из самых важных сфер человеческой деятельности, при этом огромные достижения в этой области легли в основу грандиозных социальных и научно-технологических преобразований, характерных для уходящего века. С другой стороны, расширение сферы образования и изменение ее статуса сопровождаются обострениями проблем в этой сфере, которые свидетельствуют о кризисе образования. И, наконец, в последнее десятилетие в процессе поисков путей преодоления кризиса образования происходят радикальные изменения в этой сфере и формирование новой образовательной системы.

Пытаясь преодолеть вышеуказанные противоречия, современная система высшего образования в России нацелена на то, чтобы сформировать у студентов определенный набор компетенций, соответствующий той или иной образовательной программе. Составление учебного плана специальности производится с учетом данного компетентностного набора и предполагает наличие определенной системы знаний у учащихся. В отношении российских студентов эти знания проверяются посредством единого государственного экзамена (ЕГЭ), который в обязательном порядке проводится при окончании

учебного заведения среднего и среднего специального образования. В отношении иностранных студентов, обучающихся в высших учебных заведениях (ВУЗах) современной России обстоятельства несколько иные. Как правило, иностранные студенты поступают на I курс ВУЗа после того, как определенное количество времени (от полугода до полутора лет) проучатся на подготовительном отделении (ПО) соответствующего учебного заведения. После этого, они должны сдать необходимые квалификационные экзамены, подтверждающие уровень знаний, необходимых для последующего обучения и, в частности, определенный уровень владения русским языком.

В связи с данной ситуацией одной из особенностей современного регионоведения как образовательного пространства иностранных студентов является необходимость более высокого уровня знаний на ПО. Для этого необходимо не просто увеличить количество часов, выделяемых на каждую дисциплину, но и усилить требования, предъявляемые к квалификационному уровню преподавателей, занимающихся с иностранными студентами. Наилучшее влияние в этой ситуации оказался бы так называемый принцип «Преемственности» преподавания. Иными словами, более эффективным образовательный процесс для слушателей ПО будет в том случае, если изначально с ними будут работать те преподаватели, которые и последующем будут вести у них занятия на младших и старших курсах в ВУЗе. Подобная необходимость, кроме того, продиктована комплексностью регионоведения как специальности сформированной на стыке множества гуманитарных дисциплин: истории, культурологии, политологии, философии. Учитывая данные специфические особенности, не совсем верно будет доверять подготовку будущих иностранных студентов российского ВУЗа преподавателю, который с трудом представляет себе регионоведческую специфику и изначально не может правильно сориентировать слушателя ПО в категориальном аппарате.

Второй важной особенностью регионоведения как образовательного пространства для иностранных студентов является необходимость их совместного обучения с русскими студентами. Ни в коем случае нельзя делить их на отдельные группы, так как это не способствует эффективному усвоению знаний. Однако, и об этом нельзя забывать, подобное стремление может натолкнуться на препятствия формального характера: как считать аудиторную нагрузку в тех случаях, когда в одной группе занимаются и иностранные, и русские студенты? Кто из структурных подразделений должен нести ответственность за организацию учебной работы с иностранными студентами? Должна ли это быть выпускающая кафедра, которая, соответственно, получит право распоряжаться денежными средствами, выплаченными за обучение, или, все-таки, это вотчина специального структурного подразделения в ВУЗе? Думается, что подобная особенность, в отношении профессорско-преподавательского состава (ППС) должна быть решена с учетом интересов и студента, и преподавателя. В рамках регионоведения это решение тем более просто, что оно влечет за собой более масштабный охват получаемой на занятии информации. Как правило, специальность «Регионоведение» имеет определенную страновую направленность, которая позволяет иностранным студентам на практических и лекционных занятиях дополнять теоретические знания русских студентов своим жизненным опытом и наоборот. В этом случае процесс обучения, безусловно, приобретает больший интерес для всех участников.

И, наконец, последней особенностью, на которую хотелось бы обратить внимание, является необходимость подготовки учебно-методических пособий с учетом специфики совместного обучения русских и иностранных студентов. Одной из характеристик регионоведения является его междисциплинарность, которая позволяет разрабатывать пособия разного уровня, которые с равной степенью эффективности будут использоваться при преподавании и обучении различных специальных дисциплин. В этой связи наиболее активно должны использоваться рабочие тетради. Причем практику их использования совершенно не лишним будет ввести и для русских студентов, которые, к сожалению, все чаще демонстрируют полнейшее неумение писать и четко формулировать свои мысли. Специфичность регионоведения позволяет включать в рабочие тетради тексты в достаточном большом объеме, которые позволят всем студентам сформировать несколько навыков. Во-первых, постоянно будет формироваться навык работы связанные с овладением знаниями о законах, принципах, понятиях, терминологии, содержании, специфических особенностях регионоведения. Во-вторых, систематически студентами будут приобретаться знания по основным историческим аспектам, теоретическим положениям, технологиям, операциям, практическим методам и приемам проведения научных исследований в рамках регионоведческих дисциплин на базе современных достижений отечественных и зарубежных ученых. В-третьих, студенты научатся навыкам выбора темы научного исследования, научного поиска, анализа, экспериментирования, обработки данных, получения обоснованных эффективных решений с использованием информационных технологий.

Помимо вышеуказанных компетенций, организация самостоятельной работы студентов (СРС) посредством рабочих тетрадей позволит овладеть опытом использования методологических подходов политической науки в рамках регионоведения. Подобный навык имеет тем большую значимость, что Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации (МГИМО (У) МИД России), который возглавляет Совет учебно-методического объединения (УМО) по зарубежному регионоведению, ориентирует структурные подразделения, на которых осуществляется подготовка по данной специальности (специалитет,

бакалавриат, магистратура), опираться в образовательном процессе именно на политические науки, а не на исторические.

Вместе с тем, практическое применение в образовательном процессе рабочих тетрадей будет способствовать формированию навыков, знаний и умений по использованию закономерностей построения региональных моделей в практической деятельности, пониманию взаимосвязи формирования моделей регионального развития при анализе региональных отношений, а также позволит охарактеризовать региональные традиции (их истоков, социокультурных оснований, исторической динамики) с ракурсе современной системы международных отношений.

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод о том, что особенности современного регионоведения как образовательного пространства иностранных студентов предстают в виде трехмерной модели, в которой гармоничным и естественным образом сочетаются основные характеристики современного мирового образовательного пространства, к которым относятся:

1) стремление к демократической системе образования, то есть преемственность его ступеней и уровней, предоставление автономности и самостоятельности учебным заведениям;

2) обеспечение права на образование всем желающим (возможность и равные шансы для каждого человека получить образование в учебном заведении любого типа, независимо от национальной и расовой принадлежности);

3) увеличение спектра учебно-организационных мероприятий, направленных как на удовлетворение разносторонних интересов, так и на развитие способностей учащихся;

4) постоянное обновление и корректировка вузовских образовательных программ;

5) отход от ориентации на «среднего ученика», повышенный интерес к молодым людям, к особенностям раскрытия и развития их способностей в процессе и средствами образования.

При этом, первые две характеристики составляют социополитическое измерение этой модели, третья и четвертая характеристики объединяются в методологическое измерение, а последняя характеристика формирует психологическую составляющую.

Список использованных источников и литературы

1. Вульфсон Б. Л. Мировое образовательное пространство на рубеже XX и XXI вв. [Электронный ресурс] – URL: http://www.portalus.ru/modules/shkola/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1192707509&archive=1196815207&start_from=&ucat=& (дата обращения 10.03.2013).
2. Земляная Т.Б., Павлычева О.Н. Россия в мировом образовательном пространстве: информационно-аналитический материал. – М.: ИНИПИ РАО, 2011. – 141 с.
3. Современное мировое образовательное пространство [Электронный ресурс] – URL: <http://psyera.ru/4327/sovremennoe-mirovye-obrazovatelnoe-prostranstvo> (дата обращения 11.03.2013).

СЕКЦИЯ 8

«ЭКОНОМИКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА В ЭКОНОМИКЕ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ

Акельев Е.С., к.э.н, ассистент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В любой экономической системе одновременно существуют элементы различных общественно-экономических укладов – то есть определённых типов производственных отношений со специфической системой хозяйствования, организацией жизнедеятельности субъектов уклада (хозяйственных ячеек), формами собственности на средства производства, и институционализацией таких типов хозяйствования. Так например, С.Ю. Глазьев такой процесс описал как Технологический уклад, под которым он подразумевает – совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства. При этом в качестве теоретической основы этого процесса используется теория долгосрочного технико-экономического развития, представляющая этот процесс в виде последовательного замещения крупных комплексов технологически сопряженных производств – технологических укладов (ТУ) [1.С.15], [5.С. 26], [2.С.34]. К настоящему времени в мировом технико-экономическом развитии (начиная с промышленной революции в Англии) можно выделить жизненные циклы *пяти* последовательно сменявших друг друга технологических укладов, включая доминирующий в структуре современной экономики информационный ТУ [4.С. 27].

Тем не менее, каждый технологический уклад развивается в результате, и под воздействием определенных производственных процессов, которые формируют определенный способ производства [3.С.118]. Каждый такой способ производства является не только определенным типом общественного производства, но и одновременно стадиями общественно-экономического развития всего общества, и в тоже время определенной производственно-технологической основой доминирующего технологического уклада.

Таким образом, можно выделить в отдельную категорию производственно-технологический уклад как самовоспроизводящийся уклад, то есть такую форму общественно-экономических отношений, где технологии сами непосредственно участвуют в производстве новых технологий, институтов, новых общественно-экономических отношений. Это новый более высокий и качественный уровень развития производственных и общественно-экономических отношений. В рамках данного производственно-технологического уклада темпы, интенсивность, и характер развития производительных сил меняет технологическую структуру самого производства, и соответственно, институтов, обеспечивающих его функционирование.

Каждому производственно-технологическому укладу соответствует доминирующий способ производства, который ложится в основу данного уклада. Способ производства так же порождает особый класс, либо ведет к созданию новой производственной «ячейки». Например, вместе с появлением информационных технологий появляется новый информационно-технологический способ производства, а вместе с ним и новый общественный класс.

Современный этап развития экономики многие исследователи характеризуют как экономику знаний, или экономику, основанную на знаниях [6.С.44], [7.С.4.], [8.С.26], [9.С.27]. Под этим термином понимают такой тип общественно-экономического развития, где основными факторами производства становятся знания и человеческий капитал, где сектор технологической материализации знаний играет решающую роль, а производство высокотехнологичной продукции с высокой добавочной стоимостью является источником экономического роста. В этих условиях производственно-технологический уклад, с одной стороны становится важнейшим элементом развития новой общественно-экономической формации, а с другой стороны самостоятельно трансформируется и воздействует на общественно-экономическое развитие в трех основных направлениях:

1. Появление новых технологических продуктов на рынке объективно формирует новые потребительские предпочтения, которые, так же, в свою очередь, удовлетворяются за счет совершенствования существующих технологий в направлении все большей адаптации их к уже сформированной рыночной технологической нише.

2. В экономике, основанной на знаниях расширяется трактовка понятия «технологий». Технологии – это теперь не только техника и технические средства производства, но еще и социальные технологии. То есть трансформационные (технические), и транзакционные (социальные) технологии.

3. Производственно-технологический уклад приводит к формированию инфраструктуры, которая соответствует доминирующему способу производства данного уклада. Соответственно, она может быть жесткой или гибкой, в зависимости от ее технологической структуры. Такая инфраструктура, в свою очередь, определяет: характер производственных субъектов (хозяйствующих) субъектов; входные барьеры, и характер конкуренции в отрасли; жизненный цикл продукции; модель инновационного бизнеса; основные направления научно-технического развития ключевых отраслей производственно-технологического уклада.

Список использованных источников и литературы

1. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев; Междунар. фонд Н. Д. Кондратьева. – М.: ВладДар 1993. – 310 с.
2. Румянцева С.Ю. Длинные волны в экономике: многофакторный анализ / С.Ю.Румянцева. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2003. – 232с.
3. Семенов Ю.И. Производство и общество // Социальная философия. Курс лекций. Учебник. - Под ред. И.А.Гобозова. – М.: Издатель Савин С.А., 2003. – С. 117-146.
4. Глазьев, С. Мировой экономический кризис как процесс смены технологических укладов / С. Глазьев // Вопросы экономики, 2009. – N 3. – С. 26-38.
5. Глазьев С.Ю. Развитие российской экономики в условиях глобальных технологических сдвигов / Научный доклад. – М.: НИР, 2007. – 57 с.
6. Макаров В.Л. Как нам построить экономику знаний? // Ученый совет. – 2010. – N 1. – С.43-47.
7. Макаров В. Контуры экономики знаний // Экономист. – 2003. – N 3. – С.3-15.
8. Макаров В.Л. Микроэкономика знаний / Макаров В.Л., Клейнер Г.Б. – М.: Экономика, 2007. – 204 с.
9. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестн. Рос. акад. наук. – 2003. – Т.73, N 5. – С.450-456; Наука и жизнь. – 2003. – N 5. – С.26-30.

МЕХАНИЗМ СОГЛАСОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА И КРУПНОГО КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА РОССИИ

Антонова З.Г., к.э.н., доцент; Лившиц В.И., к.э.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Государству как субъекту рынка в экономике должна быть отведена главная роль. От того, как и какие программы реформирования проводит в действие государство, зависит состояние национальной экономики. Одной из иллюзий 90-х годов являлась убежденность в том, что либерализация и приватизация российской экономики сами по себе служат необходимыми и достаточными предпосылками для установления режима гарантий прав собственности и создания равных условий конкуренции для всех экономических агентов рынка. Опыт Восточной Европы, Китая и стран СНГ показал, что новые эффективные рыночные институты могут быть созданы только сильным государством, которое умеет управлять своей собственностью, отвечает по своим обязательствам и жестко наказывает как рыночных агентов, не соблюдающих действующие правила игры, так и собственный аппарат чиновников, искажающий эти правила своими бюрократическими приемами.

В условиях развитой демократии и стационарной рыночной экономики развитие страны происходит на основе самоорганизации гражданского общества и предпринимательской инициативы, которые дополняются и корректируются конкретными целевыми воздействиями государства. Каждое из последних (будь то удержание в госсобственности определенных объектов, изменение налогового режима, бюджетные ассигнования и субсидии, активные акции экономического регулирования, и т.д.) должно обосновываться наличием, с одной стороны, четко сформулированных задач, а с другой, – доказательством адекватности им намечаемых государством мер.

В России проблема заключается в отсутствии демократического государственного регулирования. Существующая ныне практика государственного управления несет в себе отпечаток социалистической системы хозяйствования, где доминировал тотальный контроль государства над экономикой и обществом. Результат этого проявился в недопустимом ослаблении воздействия государства на ряд определяющих жизнедеятельность процессов, в сохранении инерции необоснованного и ресурсного необеспеченного, а потому вредного вмешательства государства в процессы развития общества и экономики, имеющие большой потенциал саморегулирования.

Реальности нынешнего этапа и перспективы таковы, что государство должно существенно усилить свою ответственность и повысить эффективность воздействия в таких традиционных областях общественной жизни, как управление, оборона, поддержка социального комплекса, фундаментальной науки и образования. Кроме того, учитывая особенности данного периода и специфику экономики

России, государство обязано существенно расширить задачу разработки и реализации своей хозяйственной ответственности, направленной на реализацию активной промышленной политики.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что для решения проблем, затрагивающих общенациональные интересы, особенно в развитии социальной и производственной инфраструктуры, важную роль играет совместное государственное и частное финансирование крупных проектов.

На наш взгляд, частным бизнесом, способным финансировать проекты, направленные на экономический рост и модернизацию национальной экономики могут стать крупные корпоративные структуры, которые накопили значительные капиталы за последние десять лет и опыт менеджмента. Этими агентами рынка в России могут стать финансово-промышленные группы (ФПГ) и другие компании холдингового типа.

Процесс формирования интегрированных корпоративных структур в отечественной экономике определяется условиями конкуренции на внешнем и внутреннем рынках. Общеэкономическими мотивами объединения промышленных предприятий с торговыми, кредитно-финансовыми, научными организациями явились, в частности, такие возможности, как:

- снижения производственных и транзакционных издержек (за счёт горизонтальной и вертикальной интеграции);
- повышения инвестиционной привлекательности бизнеса и его устойчивости в условиях колебания экономической конъюнктуры;
- концентрации инвестиционных ресурсов на приоритетных направлениях производства и перспективных НИОКР.

Вместе с тем большое влияние на образование групп оказывают особенности состояния российской экономики. Мотивы экономической интеграции, доминирующие в условиях развитого рыночного хозяйства, нередко выражены слабо, а формирование и активность многих ФПГ вынужденно нацеливаются на решение проблем, связанных с институциональным несовершенством российской экономики. К числу институциональных несовершенств российской экономики можно отнести:

- низкий уровень деловой этики, проявляющийся в нарушении договорных обязательств и прав собственности;
- слабость государственной правоприменительной системы, призванной обеспечивать защиту этих обязательств и прав;
- несовершенство налогового законодательства и регулирования, игнорирующего потребности в маневрировании экономическими ресурсами в рамках консолидации налоговой ответственности.

Всё это в итоге вылилось в то, что налоговые поступления от крупного бизнеса в бюджет были незначительны. Крупные суммы денежного капитала корпоративных структур оседали не в российских банках. На наш взгляд, главной задачей России является необходимость найти формы оптимального и эффективного партнёрского взаимодействия государства и частного корпоративного бизнеса ради обеспечения устойчивого и долгосрочного социально-экономического развития национальной экономики в целом.

Концепция механизма согласования экономических интересов государственного и корпоративного секторов национальной экономики предполагает развитие любых договорных отношений, регулирующих их сотрудничество с целью оказания общественных услуг, создания или модернизации общественной инфраструктуры, развития других сфер, затрагивающих общенациональные интересы и способствующие экономическому росту.

Общими чертами моделей механизма согласования экономических интересов государственного и корпоративного секторов национальной экономики могут проявляться в виде:

1. наличия проекта модели механизма согласования экономических интересов, назначение, структура и реализация которого имеют уникальный характер;
2. создания самостоятельной проектной компании;
3. выплаты процентов и погашение основной суммы долга за счет генерируемых проектом будущих денежных потоков;
4. анализа чувствительности будущих денежных потоков к внешней среде бизнеса;
5. выявления областей риска, их оценки;
6. составления договора, обеспечивающего беспрепятственную реализацию проекта;
7. образования проектной компании;
8. четкого определения пределов ответственности и обязательств партнеров.

В мировой практике в рамках концепции моделей партнерства или механизма согласования экономических интересов государственного и корпоративного сектора национальной экономики сформировались пять базовых моделей сотрудничества, характеризующихся особыми формами собственности, финансирования и управления

На практике выбор модели зависит от того, в какой сфере инфраструктуры осуществляется проект модели партнерства государственного и частного корпоративного сектора национальной экономики.

Модель оператора используется, прежде всего, в переработке отходов и характеризуется четким

разделением ответственности между частным предприятием и контролем со стороны заказчика (государства). Модель кооперации – в отраслях, в которых услуги недостаточно точно определены и потом не могут быть объектом амортизации. Модель концессии – в основном в отраслях, для которых характерен длительный срок реализации проектов, и в тех случаях, когда передача прав собственности исключается по политическим или правовым соображениям. Договорная модель – в энергетике, где инвестиции ориентированы в первую очередь на снижение текущих издержек. Модель лизинга – при строительстве общественных зданий.

Основной принцип концепции модели механизма согласования экономических интересов государственного и корпоративного секторов национальной экономики состоит в том, что государство определяет, в каких услугах и инфраструктуре оно нуждается, а частные инвесторы выдвигают предложения, которые должны в наибольшей степени соответствовать требованиям государства.

Концепция модели партнерства или механизма согласования экономических интересов государственного и частного корпоративного секторов национальной экономики, как правило, осуществляется в определенном порядке и предполагает следующие этапы:

Во-первых, разработку проекта, в рамках которого частный сектор планирует и частично управляет объектом инвестиций в соответствии с заданиями государства.

Во-вторых, финансирование инвестиций государством, в том числе, в форме платы за использование инфраструктуры.

В-третьих, заключение долгосрочного договора, содержание и структура которого характеризуются большим разнообразием по-разному отражая различные цели.

В-четвертых, переход объекта инвестиций по истечении срока договора в частную или государственную собственность.

Основополагающей целью государства при выполнении проектов моделей механизма согласования экономических интересов государственного и корпоративного сектора национальной экономики служит создание большей добавленной стоимости для оказания общественных услуг.

Оптимальные модели механизма согласования экономических интересов государственного и корпоративного секторов национальной экономики должны способствовать возможности для получения выгод, связанных с такими факторами, как:

1. более быстрая реализация самых важных проектов в области инфраструктуры;
2. ускорение развития регионов, пространственный ресурс которых неодинаков;
3. повышение народнохозяйственной эффективности (часто не учитываемой в экономическом анализе);
4. оптимизация структуры финансирования.

Вместе с тем, каждая страна в силу своих особенностей должна выбрать свою модель партнёрства, сегодня в России идет напряжённый поиск оптимального сочетания общеэкономических закономерностей с конкретными условиями и реальным состоянием экономики.

Если обратиться к Программе социального экономического развития России до 2020г. на то одними из основных направлений деятельности Правительства РФ на этот период считается:

- развитие механизмов бюджетирования, ориентированного на результат;
- стимулирование инновационного развития экономики;
- развитие российских регионов, поддержка региональных стратегий;
- устранение «узких мест», прежде всего инфраструктурного и технологического характера, включая реформирование естественных монополий;
- повышение конкурентоспособности российских компаний; интеграция в мирохозяйственные связи.

В настоящее время Правительством России прорабатывается подход к консолидации экономического роста, предполагающий расширение непосредственного участия государства в хозяйственных процессах, в развитии отдельных отраслей национальной экономики.

Список использованных источников и литературы

1. Шарингер Л. Новая модель инвестиционного партнёрства государства и частного сектора // РЭЖ. –2004, № 9–10. – С. 41–52.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. – М.: Проспект, 2009. – 124 с.

БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПРИНЦИПЫ

Арцыбашева Л.Б., преподаватель
Приволжский филиал МФПУ «Синергия»

Бюджетный процесс в экономике представляет собой последовательность действий по формированию набора документов, представляющих собой план доходов и расходов в разрезе ключевых

источников и статей. В настоящее время бюджетный процесс можно условно разделить на бюджетный процесс государства, бюджетный процесс предприятий и организаций, а также бюджетный процесс домашних хозяйств и индивидуальных предпринимателей. Наиболее сложную структуру имеет бюджетный процесс государств.

Бюджетный процесс государства – это деятельность органов государственной власти, органов местного самоуправления и иных участников по составлению и рассмотрению проектов бюджетов, утверждению и исполнению бюджетов, контролю их исполнения, осуществлению бюджетного учета, составлению, внешней проверке, рассмотрению и утверждению бюджетной отчетности [1]. Фактически бюджетный процесс государства в Российской Федерации имеет не только многоуровневое деление, но и достаточно сложный технологический процесс реализации. В соответствии с действующим законодательством, к бюджетам бюджетной системы Российской Федерации относятся:

- федеральный бюджет и бюджеты государственных внебюджетных фондов Российской Федерации;
- бюджеты субъектов Российской Федерации и бюджеты территориальных государственных внебюджетных фондов;
- местные бюджеты, в том числе:
 - бюджеты муниципальных районов, бюджеты городских округов, бюджеты внутригородских муниципальных образований городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга;
 - бюджеты городских и сельских поселений.

Концептуально бюджетный процесс можно описать в форме адаптивного процесса, направленного на своевременное составление пакета документов, составляющих систему бюджетов требуемого уровня (рисунок 1). Ядром адаптивного процесса является непрерывный процесс адаптации основных параметров доходов и расходов к требованиям внешней среды и реальному состоянию объекта бюджета.



Рисунок 1. «Концептуальная модель бюджетного процесса как непрерывного адаптивного процесса последовательных действий»

Данная модель описывает не только бюджетный процесс государства, но и бюджеты других секторов экономики. В частности, подобная модель может применяться для формирования бюджетов предприятий и организаций, несмотря на их более простой организационный характер по сравнению с государственной финансовой системой. Тем не менее, для предприятий и организаций, имеющих холдинговую структуру, подобная модель бюджетного процесса представляет определенный интерес, так как позволяет учесть приоритеты стратегического развития.

Многоуровневый характер бюджетного процесса государства воплощается в концепции бюджетного федерализма, которая позволяет разграничить ответственность между различными субъектам государственного устройства и соблюсти принцип разделения полномочий. В соответствии с принципами бюджетного федерализма каждый бюджет имеет свои источники доходов и статьи расходов, однако зачастую собственных источников доходов бывает недостаточно для финансирования необходимых расходов. Для покрытия дефицита используются различные инструменты, позволяющие пополнить бюджет соответствующего уровня. Наиболее распространенными инструментами покрытия дефицита являются эмиссии долговых ценных бумаг, продажа имущества, а также финансовые инъекции бюджета более высокого уровня. Схематично сущность бюджетного федерализма представлена на рисунке 2.

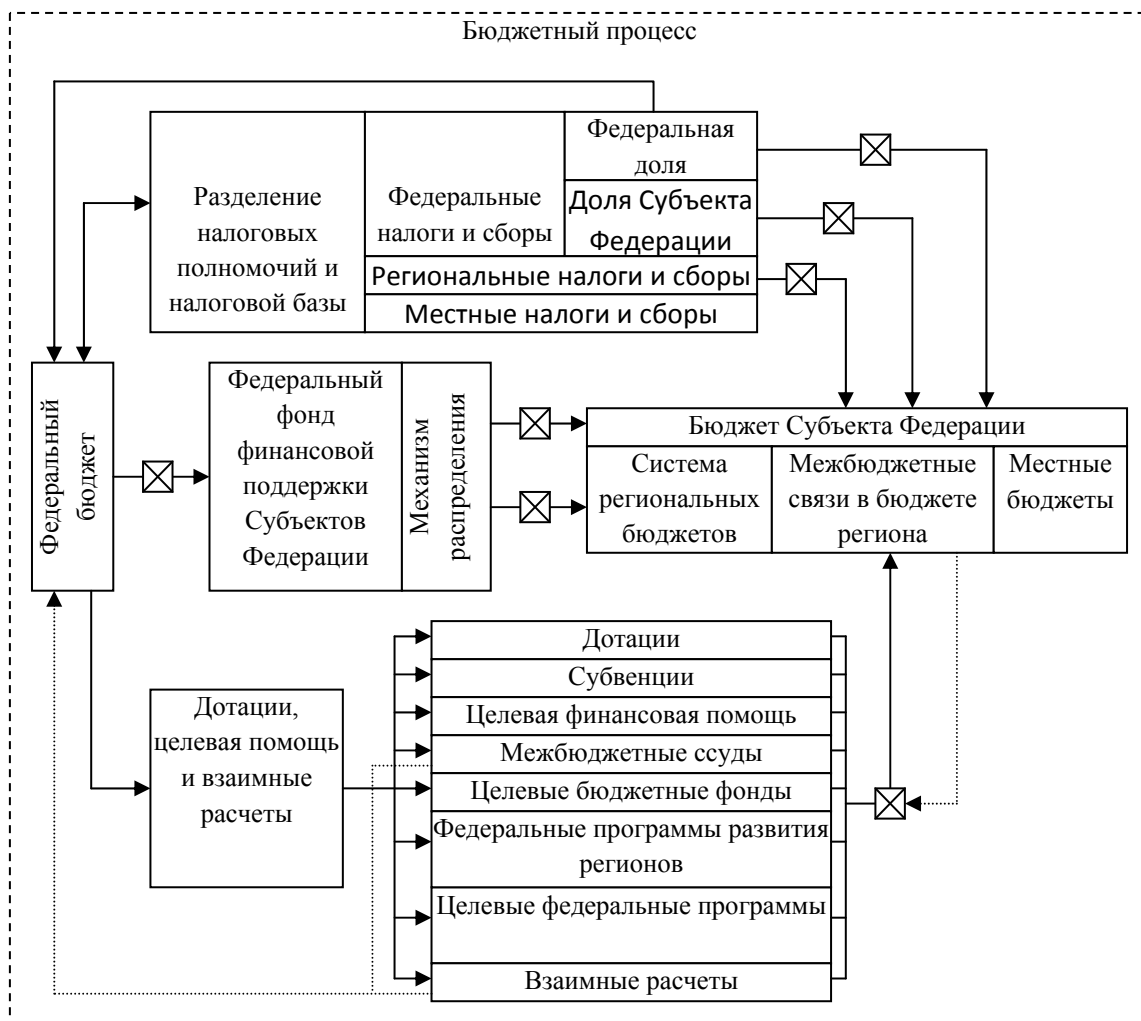


Рисунок 2. «Принципы бюджетного федерализма в рамках бюджетного процесса государства»

В мировой практике бюджетного регулирования большинство стран использует различные выравнивающие фонды. Обычно они включаются в центральный бюджет, но в некоторых странах (например, Дании) создаются территориальными властями отдельно. Выравнивающие фонды, как правило, формируются за счет отчислений от сбора нескольких общенациональных налогов, что обеспечивает их стабильное пополнение. В Японии, например, включаемый в центральный бюджет фонд выравнивания образуется путем отчисления 32% от сбора личного подоходного налога, налога на прибыль корпораций и акциза на алкогольные напитки, 24% – от общего налога на товары и услуги и 25% от акциза на табачные изделия [2].

Мы считаем, что в настоящее время наиболее проблемным блоком бюджетного процесса на всех уровнях является блок организации государственных закупок, который напрямую связан с процессом расходования бюджетных средств. Осуществление закупок различными бюджетами до последнего времени является самым большим камнем преткновения в спорах об эффективности государственной власти.

Эффективность расходования бюджетных средств должна обеспечиваться единством нормативной базы, прозрачностью и регламентацией формальных процедур, повышением конкуренции при размещении государственного заказа, рациональным расходованием бюджетных средств, строгой отчетностью государственных заказчиков и контролем за их деятельностью по размещению государственных заказов, ответственностью должностных лиц, занимающихся вопросами государственных закупок, и равным доступом всех поставщиков к государственным заказам.

В этой связи целесообразно направить свои усилия по нескольким направлениям: законодательная деятельность и нормативно-методическое обеспечение; система планирования и прогнозирования объемов закупок продукции для государственных нужд; формирование системы государственных закупок; контроль размещения государственного заказа. Таким образом, бюджетный процесс в России имеет достаточно сложную структуру, которая предполагает очень плотное взаимодействие различных субъектов.

Расходование бюджетных средств осуществляется в настоящее время недостаточно эффективно, однако существуют способы повышения эффективности, которые позволяют сократить потери бюджетов различных уровней. Использование различных инструментов позволяет в рамках итерационного процесса снизить неэффективные потери, но при этом нужно понимать, что отдельные инструменты и механизмы могут вызвать противодействие различных структур.

Список использованных источников и литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 №145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998) (ред. от 24.07.2008)
2. Виласян В.А. Анализ существующих методик трансфертных расчётов между федеральным и региональными бюджетами / Экономические и социальные преобразования в России: опыт и проблемы: 4-й Всероссийский экономический форум студентов и молодых ученых. Материалы форума. Часть 1. – СПб.: Изд-во С-Петербур. гос. ун-та эк-ки и фин-сов, 2001.

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В РФ

Барашков А.Н., студент

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета

Уровень и качество пенсионного обеспечения важное составляющая экономического и социального положения населения страны. Реализация пенсионной реформы в России приводит к повышению общественного интереса к проблемам пенсионного обеспечения. Все отчетливее видно, что государство не может в долгосрочной перспективе гарантировать своим гражданам достойную старость, – а значит, к решению этой задачи должны подключаться работодатели и сами работники. Наиболее удобным механизмом для формирования дополнительных пенсий сегодня являются негосударственные пенсионные фонды (НПФ).

Численность НПФ по данным ФСФР за последние 7 лет [1] можно представить в виде графика на рис.1

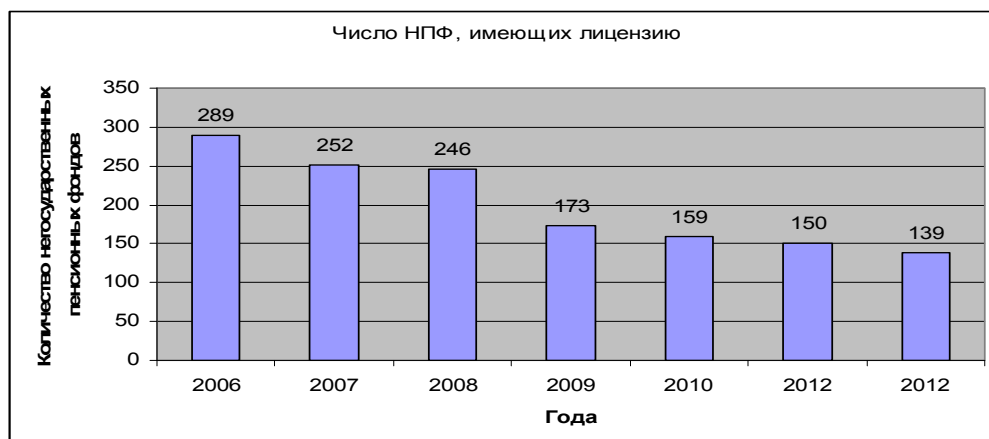


Рис.1. «Численность НПФ за 7 лет»

Изменение численности НПФ преимущественно связано с ужесточением требований со стороны законодательства к НПФ;

В таблице 1 представлены показатели характеризующие деятельность негосударственных пенсионных фондов в Российской Федерации [1; 2].

Таблица 1. «Основные показатели деятельности НПФ за 2010-2011 гг.»

Показатель	2010 год	2011 год	Темпы роста % 2011 год к 2010 году
Количество участников (чел.)	6 609 143	6 595 994	99,8
Пенсионные резервы (тыс. руб.)	643 267 812,00	700 313 841,83	108,8
Пенсионные выплаты (тыс. руб.)	26 629 887,00	31 304 948,09	117,5
Количество получающих пенсию (чел.)	1 358 272	1 470 893,00	108,2

Пенсионные накопления (тыс. руб.)	155 352 221,50	393 786 222,96	253,4
Количество застрахованных лиц по обязательному пенсионному страхованию (чел.)	7 822 611	11875993	151,8

Из таблицы видно, что

- на первом месте пенсионные накопления, увеличение на 153%;
- на втором месте количество застрахованных лиц по обязательному пенсионному страхованию увеличение на 51,8 %;
- на третьем месте пенсионные выплаты на 17,5%;
- на четвертом месте количество получающих пенсию 8,8 %;
- на пятом месте пенсионные резервы 8,8 %;
- на шестом месте количество участников снизилось на 0,2%.

Это свидетельствует о том, что в основном увеличиваются расходы (пенсионные выплаты, количество получающих пенсии) негосударственных пенсионных фондов Российской Федерации, а не их доходная часть в виде количества участников, пенсионных резервов. Что является по нашему мнению негативным моментом на рынке негосударственных пенсионных фондов Российской Федерации.

В таблице 2 представлены основные показатели на одного участника.

Таблица 2. «Средние показатели на одного участника»

Показатели	2010, тыс. руб.	2011, тыс. руб.
Размер пенсионных резервов на одного участника	97,33	106,17
Средний размер пенсии на одного пенсионера	19,6	21,28
Размер накоплений резервов на одного застрахованного лица по обязательному пенсионному страхованию	19,86	33,15

Из таблицы видно, резервов на одного участника увеличился по сравнению с 2010 годом на 8,84 тыс. руб., а средний размер пенсии на пенсионера увеличивается, на 8% в 2011 году по сравнению с 2010 годом.

Размер накоплений на одного застрахованного лица по обязательному пенсионному страхованию увеличился на 66% . Это связано с большим ростом количества застрахованных лиц по обязательному пенсионному страхованию.

Из анализа можно сделать вывод, что НПФ в России будут жить и развиваться, – поскольку они объективно нужны всем.

Для российского бизнеса необходимость НПФ становится все более явной, так как корпоративное пенсионное обеспечение – это цивилизованный способ проведения социальной политики, управления персоналом и конкуренции между предприятиями за качественных наемных работников. Для населения России обращение к услугам НПФ – вопрос времени и доверия

НПФ нужны и государству, – даже если отдельные его представители и целые ведомства этого не понимают: чтобы снять с себя избыточные и невыполнимые социальные обязательства, получить долгосрочно сбалансированный бюджет, а также инвестиционные ресурсы. Однако существует ряд проблем, которые мешают эффективному развитию негосударственных пенсионных фондов. Это

1. Низкий коэффициент замещения
2. Превышение базовой части над страховой частью пенсии
3. Отсутствие страховой культуры
4. Обеспеченность пенсионных резервов на уровне превышающих инфляцию
5. Убыточность негосударственных пенсионных фондов
6. Сложная структура и учет поступлений страховых взносов
7. Отсутствие накопительной части у старших категорий населения
8. Ограниченность средств для финансирования накопительной части пенсии
9. Акцент государства на права застрахованного лица, а не на обязанности страхователя

Для решения данных проблем необходимо уделить внимание по следующим направлениям.

1. Освоение финансовых рынков с долгосрочными сроками вложения
2. Повышения социальной ответственности работодателя
3. Укрупнение и объединение фондов
4. Заимствование опыта из уже существующих пенсионных систем зарубежных стран

5. Налоговые льготы
6. Информированность о деятельности негосударственных пенсионных фондов
7. Обеспечение эффективной защиты участников негосударственных пенсионных фондов

Список использованных источников и литературы

1. Федеральная служба по финансовым рынкам – URL: <http://www.fcsm.ru/>
2. Якушев Е.А. Основные тенденции развития негосударственных пенсионных фондов в Российской Федерации // Пенсионные и актуарные консультации. – 2010. – 46 с.

ФАНДРАЙЗИНГ В СТРАТЕГИИ КОРПОРАЦИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Бахчиев Г.А., соискатель

Институт экономики и социальных отношений

В настоящее время все большее распространение среди источников финансирования научно-исследовательских работ и инновационных проектов приобретает фандрайзинг. Различные компании, занимающиеся инициативными проектами, пытаются привлечь средства из различных источников для обеспечения своих затрат на создание новых объектов интеллектуальной собственности. Однако применительно к корпорациям высокотехнологичных отраслей промышленности данный способ ресурсного обеспечения еще не получил достаточного теоретического осмысления. Поэтому мы считаем важным провести анализ возможностей использования стратегии фандрайзинга с учетом особенностей деятельности именно корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности.

Прежде всего, необходимо уточнить основные термины и определения, которые будут использоваться в дальнейшем анализе. Мы считаем, что наиболее важными терминами в рамках рассматриваемой проблемы являются: «фандрайзинг», «стратегия фандрайдинга», «корпорация высокотехнологичных отраслей промышленности». Проанализируем сущность данных понятий применительно к специфике рассматриваемой проблемы.

Фандрайзинг (от англ. fundraising) – деятельность по привлечению и аккумуляции финансовых средств из различных источников на реализацию социально-культурных проектов и программ, обычно не имеющих непосредственно коммерческой выгоды, и носящих кратковременный характер [1]. В свою очередь, стратегия фандрайзинга представляет собой долгосрочный план осуществления деятельности по привлечению и аккумуляции средств для реализации набора проектов и программ.

Что касается корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности, то здесь можно согласиться с мнением Давыденко А.С., адаптируя которое, можно предложить следующее определение: корпорация высокотехнологичной отрасли промышленности – это комплексный хозяйствующий субъект, имеющий публичную форму собственности, корпоративную многоуровневую организационную структуру, доминантой деятельности которого является продукция высокотехнологичных отраслей промышленности [2]. В свою очередь, высокотехнологичная отрасль промышленности – это сектор промышленности, в котором степень обновления продуктового ряда или ключевых потребительских характеристик продукта превышает 35%.

На основании приведенных выше определений можно сформулировать ряд особенностей стратегии фандрайзинга инноваций для корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности:

- приоритетными проектами для поиска финансирования являются инновационные проекты, в ходе которых создаются новые образцы продукта или улучшаются ключевые параметры существующих продуктов;
- масштабы каждого инновационного проекта не могут превышать заранее заданных параметров объемов предельного финансирования за счет средств фандрайзинга;
- в процессе фандрайзинга целесообразно использовать не только чисто внешние, но и внутренние источники для формирования ресурсов;
- стратегия фандрайзинга должна охватывать различные инновационные проекты корпорации для обеспечения диверсификации использования привлеченных ресурсов;
- требование некоммерческого характера использования результатов может достигаться за счет получения не прямых доходов от внедрения инноваций, когда сам инновационный проект в рамках корпорации рассматривается как некоммерческая деятельность по созданию нововведений;
- в рамках фандрайзинга корпорация высокотехнологичных отраслей промышленности может использовать различные разрешенные законодательством формы привлечения ресурсов для обеспечения инновационной деятельности.

Также мы считаем, что фандрайзинг, который проводится корпорацией, может быть существенно расширен за счет добавления отдельных проектов и программ, не относящихся к инновационной деятельности. В частности, корпорация может в рамках программы социальной ответственности проводить различные некоммерческие мероприятия, которые носят имиджевый характер и не приносят

прямого коммерческого дохода. Также сама корпорация может участвовать в различных проектах и программах, финансируя различные мероприятия культурного и просветительского характера.

На основании изложенного, можно утверждать, что для корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности стратегия фандрайзинга представляет собой развернутую систему планов, в которых сама корпорация может выступать не только реципиентом, но и донором средств. Поэтому стратегия фандрайзинга для корпорации имеет активный и пассивный компоненты, которые позволяют охватить различные роли корпорации по отношению к контрагенту. Для построения модели стратегии фандрайзинга целесообразно использовать модель финансовой стратегии корпорации [3], адаптировав ее к специфике рассматриваемой проблемы.

С учетом основных условий и требований к операциям в сфере фандрайзинга мы предлагаем следующую компоновку стратегии фандрайзинга для корпорации высокотехнологичных отраслей промышленности, основанную на использовании ключевых инструментов, разделенных по нескольким категориям (рисунок 1). В рамках компонента активного фандрайзинга корпорация сама является донором для различных проектов и инициатив, заключает спонсорские контракты, занимается благотворительностью, участвует в целевых фондах, финансирующих различные некоммерческие проекты, а также сама может создавать специализированные фонды для аккумуляции средств на различные внешние проекты.

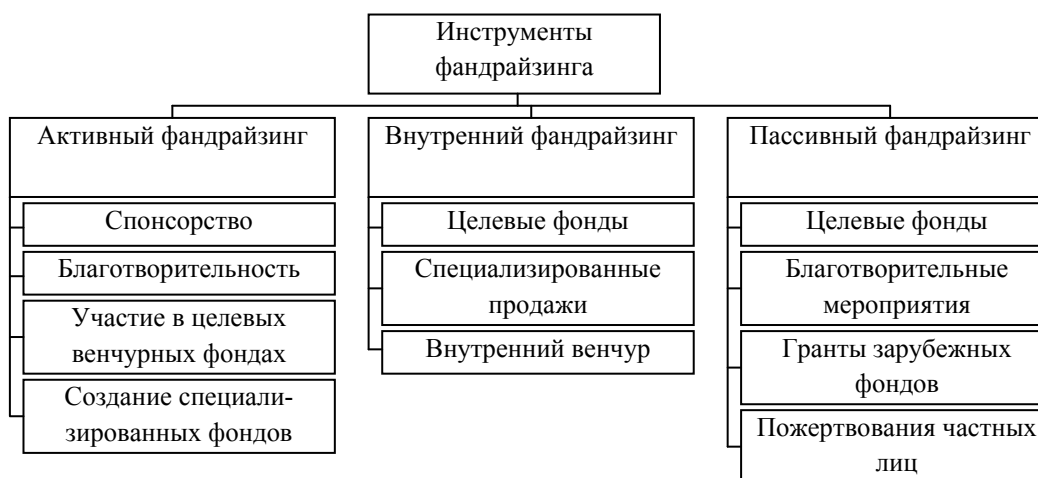


Рисунок 1. «Компоновка инструментов фандрайзинга для стратегии корпорации высокотехнологичных отраслей промышленности»

Внутренний фандрайзинг предполагает, что сама корпорация выступает одновременно и донором и реципиентом для определенной группы собранных средств. Например, одной из форм внутреннего фандрайзинга являются специализированные продажи, которые еще не получили достаточного распространения в России, однако очень широко используются в развитых странах. Сбор ресурсов с помощью специализированных продаж, с одной стороны, кажется очевидным. Корпорация продает существующие продукты и удерживает разницу между себестоимостью и рыночной ценой в качестве инновационного ресурса.

Отдельный инструмент – это внутренние венчуры, сущность которых для корпорации состоит в создании отдельных юридических лиц, каждому из которых выделяется корпоративный ресурс на реализацию конкретного инновационного проекта [4]. Все риски по успешной реализации проекта локализуются на конкретном юридическом лице. Корпорация не несет репутационных и коммерческих рисков, размер ее риска ограничивается только теми ресурсами, которые переданы внутреннему венчуру для реализации проекта.

Третий компонент инструментов фандрайзинга описывает классический подход, когда корпорация, действующая в одной из высокотехнологичных отраслей промышленности, сама привлекает финансирование для осуществления различных собственных проектов. В этой ситуации корпорацию можно рассматривать как реципиента средств, поэтому к ней применимы различные подходы, которые уже известны в настоящее время. В частности, наиболее распространенными в России источниками финансирования являются пожертвования или средства спонсоров, поступающие от частного сектора или из государственного бюджета. Также используются:

- целевые / благотворительные мероприятия по сбору средств для конкретного проекта;
- гранты, распределяемые зарубежными фондами на особо важные направления деятельности, имеющие важное социальное или экологическое значение;

▪ финансирование в формате частно-государственного партнерства, когда бюджеты различных уровней осуществляют частичную компенсацию затрат на создание новых продуктов для конкретной территории;

▪ пожертвования частных лиц, которые для корпорации могут оформляться в виде ценных бумаг конкретного проекта.

Таким образом, стратегия фандрайзинга для корпораций высокотехнологичных отраслей промышленности представляет собой достаточно диверсифицированный комплекс мероприятий, причем корпорация в рамках стратегии может выступать не только как реципиент средств, но и как донор, а также обеспечивать самофинансирование проектов, используя определенную группу инструментов. Мы считаем, что разработка стратегии фандрайзинга должна охватывать не только социально значимые проекты, но и проекты, связанные с подготовкой новой продукции, которые косвенно улучшают состояние экономической среды.

В основе анализа оптимальных соотношений между капитальными и оборотными средствами, необходимыми для сбалансированного развития проектами корпорации высокотехнологической отрасли целесообразно использовать модель, предложенную Жигаловым В.И. [5]. То есть можно утверждать, что выполнение социально-экономических функций, создание благоприятной экономической среды за счет привлечения инвестиций в корпорации высокотехнологической отрасли зависит от множества факторов. Это связано с успешностью реализации инструментов фандрайзинга для стратегии корпорации высокотехнологичных отраслей промышленности, что связано с уровнем менеджмента, наличием успешных партнерских связей, действием на рынке, возможностью привлечь инвестиции на приемлемых условиях и т.д. Чрезвычайно трудно это оценить заранее, используя какие-либо надежные инструменты анализа. Возможно использовать пилотный подход, задавая определенное начальное финансирование и изучая отклик системы (определенная территория, включая территорию корпорации высокотехнологической отрасли). Используя эти результаты, можно попытаться определить состояние системы, которая воспринимает инвестиции, то есть ее привлекательность. На первом этапе мы должны воспринимать эту систему как «черный ящик» с нулевыми внутренними финансовыми потоками, которая возбуждается начальным импульсом инвестиций (рисунок 2).

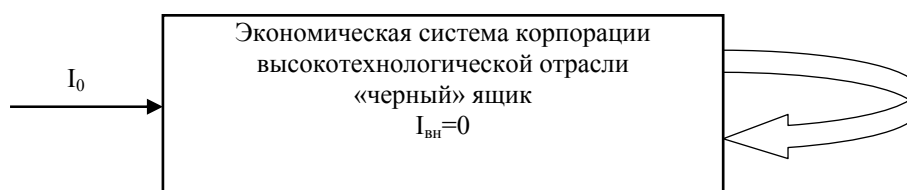


Рисунок 2. «Начальный этап привлечения инвестиций»

В ходе дальнейшего развития процесса мы должны наблюдать за внутренними финансовыми потоками и капиталами в системе, принимая во внимание, что накапливаемая прибыль и амортизация, как создаваемые внутри системы инвестиционные источники должна вновь поступать на развитие новых проектов.

Список использованных источников и литературы

1. <http://www.socium-fortis.ru/glossary/>
2. Давыденко А. С. Особенности корпоративного управления инновационной деятельностью в высокотехнологичных отраслях промышленности. – М.: ООО «ТСМ», 2008 г. – 216 с.
3. Чуб Б. А. Оценка инвестиционного потенциала субъектов российской экономики на мезоуровне. / Под ред. д. э. н. Бандурина В.В. – М.: БУКВИЦА, 2001. – 227 с.
4. Малышев М.А. Основные структурные элементы инновационного процесса промышленного предприятия // Материалы международной конференции «Современные проблемы менеджмента». – М.: МГУЭСИ, 2004.
5. Жигалов В. И. Обеспечение инновационной стратегии развития технопарков в закрытых административно-территориальных образованиях. – М.: ООО «Технологии стратегического менеджмента», 2008.

РОЛЬ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Богданова В.Е., студент

Национально исследовательский Томский политехнический университет

В статье рассмотрены крупнейшие авиакомпании России. С помощью сравнительной таблицы проанализированы показатели, характеризующие авиакомпании России. Обозначены проблемы, актуальные для российских пассажирских авиаперевозок. Выявлена роль авиаперевозок в экономике.

Рынок пассажирских авиаперевозок может служить индикатором развитости экономики. В зависимости от уровня предложения и спроса услуг этой отрасли можно оценивать развитость инфраструктуры всей экономики, научно-технический потенциал, уровень благосостояния населения и степень его мобильности. Развитие рынка пассажирских авиаперевозок определяется увеличением ВВП и ростом располагаемых доходов населения. Глобализация экономики также способствует росту рынка авиаперевозок, т.к. происходит укрепление межгосударственных связей и появляется возможность выхода авиакомпаний за пределы национальных рынков.

Целью статьи является выявление факторов, сдерживающих развитие рынка пассажирских авиаперевозок в России.

Задачи выглядят следующим образом: рассмотреть крупнейшие авиакомпании России, проанализировать основные показатели авиакомпании, выявить проблемы, характерные для данной отрасли авиаперевозок, выявить роль авиаперевозок в России.

Жители Российской Федерации сегодня летают в 4 раза реже, чем американцы, а к 2020 году, если ситуация кардинально не изменится к лучшему, будут летать уже в 6 раз реже. Свобода перемещения упала минимум в 2 раза по сравнению с СССР [1].

В январе 2013 года российские авиакомпании перевезли 5,3 миллиона пассажиров. Рост по сравнению с январём 2012 года составил 17% или 768 тысяч пассажиров. Процент занятости пассажирских кресел также вырос с 74,2% до 75,3% [2].

Лидером российского рынка пассажирских авиаперевозок в январе 2013 года стала компания Аэрофлот, которая перевезла 1,4 миллиона пассажиров (рост к 2012 году 19%). Помимо неё в топ-5 вошли также Трансаэро-0,757 (+25%), Ютэйр-0,541 (+5%), S7-0,49 (+28%), Уральские авиалинии-0,251 (+24%) [2].

Распределение объемов всех видов перевозок пассажиров (в/из и внутри страны) за январь-сентябрь 2012 года между авиакомпаниями выглядит следующим образом: наибольший объем пассажирских перевозок приходится на Аэрофлот (29,7%) и иностранные компании (19,4%), за лидерами следуют Трансаэро (11,4%), S7 (8,9%), Ютэйр (8,8%), Уральские авиалинии (3,8%) и остальные авиакомпании (18%) [3].

Рассмотрим некоторые показатели, характеризующие авиакомпании РФ.

Таблица 1. «Авиакомпании РФ» [4]

АК	Год основания	Место в рейтинге крупнейших компаний РФ по объему реализации продукции 2012 г. (2011 г.) [5]	Маршрутная сеть (Аэропорты)		Авиапарк (шт.), 2012 г.	Средний возраст авиапарка, 2012 г.
			По миру (шт.)	В том числе Россия (шт.)		
Аэрофлот	1923	44 (41)	118	31	127	5,2
Трансаэро	1991	88 (88)	>100	26	94	15,2
Ютэйр	1991	122 (129)	110	61	146	20
S7	1957	150 (145)	119	60	51	9,2
Уральские авиалинии	1993	349 (-)	>50	20	26	13

Самая старая авиакомпания прочно занимает лидирующее место на российском рынке пассажирских авиаперевозок. Аэрофлоту в 2012 году удалось подняться на три позиции в рейтинге крупнейших компаний РФ по объему реализации продукции, большего прогресса достигла молодая авиакомпания Уральские авиалинии, прежде никогда не входившая в этот список. Самое большое количество маршрутных сетей имеют Аэрофлот и S7, но при этом авиапарк S7 имеет в два раза меньше воздушных судов, нежели Аэрофлот. Как видно из таблицы, маршрутные сети Аэрофлота и Трансаэро ориентированы больше на зарубежные перевозки, а лидерами внутрироссийских перевозок являются S7 и Ютэйр. Следует отметить, что у Ютэйр самый большой авиапарк и самый большой средний возраст воздушных судов. Впечатляющие показатели у Аэрофлота: при большом количестве воздушных судов, средний возраст авиапарка составляет всего 5 лет. В мировом рейтинге топ-100 возраста авиапарка за 2012 год Аэрофлот занимает 17 место, S7-57, Трансаэро-95, Ютэйр-100 [4].

Российский парк гражданских воздушных судов является самым изношенным среди развитых стран мира. Степень износа основных фондов воздушного транспорта за 2011 год составляет 45,0% [6]. Высокий уровень износа отечественного парка воздушных судов является в настоящий момент одной из главных проблем российской отрасли пассажирских авиаперевозок. Высокая доля изношенной техники в парке воздушных судов негативным образом сказывается на безопасности авиаперелетов. Кроме того, техника, разработанная в 1960-70е годы, менее экономична, чем современная, что приводит к большему

удельному расходу авиатоплива на один пассажирокилометр. Это негативно сказывается на операционной рентабельности российских авиакомпаний, которые, в свою очередь, в целях повышения экономических показателей вынуждены постоянно увеличивать тарифы на авиаперевозки. Кроме того, авиакомпании, имеющие устаревший парк авиатехники, попадают под ограничительные законодательные действия зарубежных стран, в соответствии с которыми им запрещается выполнять полёты над территориями данных государств.

Также одной из проблем рынка пассажирских авиаперевозок являются высокие цены на авиатопливо. «В 2012–2013 годах авиакеросин будет самым прибыльным продуктом... В то же время авиакеросин дороже, чем любое другое топливо», – отмечает директор по связям с общественностью группы компаний «Аэрофьюэлз» Анастасия Матюшина. Цена на авиакеросин в 2012 году составила 23050 рублей, что на 2,2% выше предыдущего года [7]. Расходы на авиатопливо – это одна из наиболее расходных статей для большинства авиакомпаний, а также один из важнейших факторов, влияющих на стоимость авиабилета. Увеличение стоимости авиабилетов снижает пассажиропоток, в результате чего с рынка уходят авиакомпании, в наибольшей степени, зависящие от фактора цены на авиатопливо; расходы авиакомпаний на приобретение парка новых воздушных судов сокращаются. Наиболее очевидным решением этой проблемы, которого придерживаются многие авиакомпании, является эксплуатация воздушных судов зарубежного производства, являющихся менее топливозатратными. В связи с этим возникает проблема высоких таможенных пошлин на импортные воздушные суда. На 2012 год почти 90% всех перевозок осуществлялось российскими авиакомпаниями на воздушных судах иностранного производства [8]. Лидеры отрасли идут именно по пути обновления авиапарка за счет приобретения самолетов зарубежного производства.

Репутация СССР как страны с «закрытой» экономикой оказывает негативное влияние на продвижение услуг российских авиакомпаний на международных маршрутах. Несмотря на то, что со времени распада СССР прошло уже почти 20 лет, имидж России в сознании иностранцев остается негативным. По этой причине иностранцы с большой степенью опасения покупают авиабилеты российских перевозчиков. Что касается тарифной политики, то в последние годы тарифы российских перевозчиков стали сравнимы с тарифами зарубежных авиакомпаний. Это согласуется с текущей тенденцией унификации тарифов и глобального сотрудничества авиаперевозчиков.

Еще одной проблемой российских авиакомпаний является наземная инфраструктура. С начала 90-х годов число аэропортов стало стремительно сокращаться. Количество аэропортов в России за 20 лет сократилось в 4 раза [9]. Об этом говорится в докладе ФАС о состоянии конкуренции в РФ. Географическое положение России является бесспорным конкурентным преимуществом в организации транзита между Европой и Азией. Инфраструктура системы воздушного транспорта оказывает существенное влияние на рынок авиационных перевозок. Даже при наличии большого спроса на перевозки в каком-либо пункте мира авиакомпания не сможет начать освоение этого рынка, если в этом пункте мира нет соответствующих аэропортов и оборудованных авиатрасс.

Таким образом, для развития рынка российских пассажирских авиаперевозок необходимо обновлять устаревший авиационный парк, путем развития российской авиапромышленности, тем самым оказывать сопротивление высоким ценам на авиатопливо, используя менее топливозатратные воздушные судна. Также следует развивать наземную инфраструктуру, прибегая к модернизации системы управления воздушным движением. Улучшение маркетинговой политики авиакомпаний позволит привлечь большее количество иностранных пассажиров.

В связи с тем, что российские авиакомпании имеют изношенный парк воздушных судов, можно сделать вывод, что НТП в данной отрасли стоит на мете. Незрелость инфраструктуры создает препятствия экономическому росту страны. Это стало причиной того, что многие районы России являются непродуктивными и тормозится развитие туризма. Учитывая низкий спрос на услуги авиакомпаний, можно сказать, что степень мобильности и благосостояния населения остаются на невысоком уровне. Имидж российских авиаперевозчиков отрицательно сказывается на освоении зарубежных рынков авиаперевозок, что в свою очередь негативно влияет на интеграцию людей и экономик. Таким образом, можно сделать вывод о том, что роль пассажирских авиаперевозок в экономике довольно значительна, поэтому данную отрасль следует активно развивать.

Список использованных источников и литературы

1. Авиационная доктрина России [Электронный ресурс] // Движение развития, 2012. – URL: <http://www.d-razvitija.ru/index.php?modul=news&action=comment&idnews=571> (дата обращения: 13.03.2013 г.)
2. Крупнейшие авиакомпании России 2013. Январь [Электронный ресурс] // Журнал Летаем вместе, 2013. – URL: <http://letaem-vmeste.livejournal.com/73735.html> (дата обращения: 13.03.2013 г.)
3. Обзор рынка авиаперевозок РФ [Электронный ресурс] // Авиатранспортное обозрение, 2012. – URL: http://www.ato.ru/files/attached_materials/obzor-rynka-aviaperevozok-bukalova.pdf (дата обращения: 15.03.2013 г.)
4. Рейтинги авиакомпаний [Электронный ресурс] // Летаем вместе, 2013. – URL: <http://letaem-vmeste.livejournal.com/29181.html> (дата обращения 16.03.2013 г.)

5. Рейтинг «Эксперт-400» [Электронный ресурс] // Эксперт Ра, 2012. – URL: <http://raexpert.ru/ratings/expert400/2012/part02/p07/> (дата обращения: 14.03.2013 г.)
6. Основные фонды и степень износа основных фондов организаций транспорта и связи [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики, 2012. – URL: <http://gks.ru> (дата обращения: 17.03.2013г.)
7. Арифметика керосина [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики, 2012. – URL: <http://gks.ru> (дата обращения: 18.03.2013г.)
8. Основные фонды и степень износа основных фондов организаций транспорта и связи [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики, 2012. – URL: <http://gks.ru> (дата обращения: 17.03.2013г.)
9. Правительство Медведева вынесло российскому авиапрому смертный приговор [Электронный ресурс] // Мультипортал KM.ru, 2012. – URL: <http://www.km.ru/v-rossii/2012/09/10/dmitrii-medvedev/691784-pravitelstvo-medvedeva-vyneslo-rossiiskomu-aviapromu-sme> (дата обращения: 15.03.2013 г.).

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бушуева М.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Важнейшей функцией государства является выполнение социальных обязательств перед своими гражданами. Обеспеченность доступным и комфортным жильем, объектами социально-культурного назначения, устойчивое функционирование жилищно-коммунального хозяйства являются определяющими показателями качественной жизни населения страны.

Об эффективности взаимодействия власти и бизнеса можно судить по показателям уровня жизни в субъектах РФ, так как именно на региональном уровне складываются хозяйственные отношения и эффективные экономические модели партнерства.

Любые экономические отношения регулируются нормативно-правовыми актами, что очевидно необходимо и для государственно-частного партнерства. Так, в большинстве субъектов приняты соответствующие законы и постановления, но 24 региона сегодня не имеют необходимых законодательных документов, а 3 региона такие законы приняли только в 2012 году. В таблице представлены данные по некоторым субъектам РФ.

Таблица 1.

Субъект РФ	Наличие закона о государственно-частном партнерстве	Год принятия
Республика Алтай	+	2008
Калининградская область	+	2010
Кемеровская область	+	2009
Московская область	+	2011
Новосибирская область	+	2012
Омская область	+	2010
Томская область	+	2008
Тюменская область		
Москва		
Санкт-Петербург	+	2006

Из таблицы видно, что Томская область является передовой в законотворческой деятельности, ориентированной на экономическое развитие.

Анализ становления и развития ГЧП в регионах показал (по данным региональных администраций), например, что в субъектах Центрального федерального округа уже реализовано 6 ГЧП-проектов в инфраструктуре, в процессе реализации находятся 19 и 18 планируется к реализации. В Сибирском федеральном округе лидирующей отраслью по количеству реализованных проектов и планируемых к осуществлению в рамках ГЧП является жилищно-коммунальное хозяйство – 22 проекта. Также с применением механизмов ГЧП осуществляется 19 проектов в области комплексного развития территорий и 18 проектов в транспортной отрасли. На территории же Уральского федерального округа с 2008 г. реализуется 98 инфраструктурных проектов, из которых только 16 можно отнести к проектам ГЧП. Наибольшее количество реализуется в ЖКХ (6) и энергетическом комплексе (4) [1].

Одним из первых субъектов РФ, где был принят закон о партнерстве, является Томская область: закон Томской области от 4 декабря 2008 г. № 240-ОЗ «О государственно-частном партнерстве в Томской области». В нем установлены полномочия органов государственной власти Томской области в

сфере отношений ЧПП, определены принципы, цели и задачи государственно-частного партнерства в Томской области.

Одной из проблем, тормозящей практическое применение механизмов ГЧП в Российской Федерации, является отсутствие прозрачного законодательного урегулирования такого рода взаимодействия власти и бизнеса. Назрела необходимость создать определенный документ, в котором будут понятны механизмы ГЧП, а также сконцентрированы опыт и знания в области реализации всех форм ГЧП. В связи с чем на федеральном уровне помимо закона «О концессионных соглашениях» следует рассмотреть и принять более общий закон «О государственно-частном партнерстве» [1].

Принятие федерального закона позволит привести в соответствие региональные нормативно-правовые акты, снизить правовые риски, привлечь к финансированию проектов ГЧП институты развития России, такие как ГК «Внешэкономбанк», Инвестиционный фонд РФ.

Кроме того, в региональных органах власти (в частности, в Белгородской, Владимирской, Липецкой, Смоленской, Орловской и Тамбовской областях) рассматривают ГЧП очень широко — как «взаимодействие бизнеса и власти для реализации проектов в тех сферах, ответственность за развитие которых относится к государственным (муниципальным) функциям». Представители некоторых регионов (Московской, Ярославской, Тверской областей) более узко и глубоко понимая данную модель, декларируют, что сферой применения ГЧП должны быть инфраструктурные проекты [1].

Таким образом, в большинстве случаев на региональном уровне не существует четкого понятия ГЧП. Отсутствие концептуальной основы ГЧП приводит к тому, что регионы развивают данное взаимодействие «по-своему», и, зачастую, ошибочно. Это, в свою очередь, может привести к негативным последствиям: социально-экономический результат может не соответствовать прогнозу.

Как видно из рисунка Томская область входит в число регионов с высокой степенью участия в проектах гчп. Но лидером в Сибирском Федеральном округе является кемеровская область, что показано на рисунке 2 [2].

Рисунок 1



Хотелось бы обратить внимание на еще один интересный проект в Томской области, готовящийся для реализации с использованием механизма гчп – создание туристско-рекреационного кластера на площадке рекреационной зоны за пределами территории г.Северска.

Сроки реализации проекта – 2012-2017 гг.

Для наглядности ниже приведена таблица, отражающая планируемые затраты по проекту:

Таблица 2 [3]

Общая величина предполагаемых затрат на реализацию проекта, тыс. рублей	
Всего	7 954 508,5
В том числе из:	
Федерального бюджета	1 600 000,0
Областного бюджета	320 600,0
Местного бюджета	83 908,5
Внебюджетных источников	5 950 000,0

Цели проекта:

1. Развитие конкурентоспособной отрасли туризма как фактора социально-экономического развития региона.

2. Удовлетворение потребности граждан в качественных туристских услугах.

Проект предполагает строительство современного туристско-рекреационного комплекса, вынос Северского зоопарка за пределы городской контролируемой зоны и развитие инфраструктуры отдыха и развлечений.

На территории лесного массива площадью 63 га (земли ЗАТО Северск) между дорогой Северск-Томск и р. Томь в районе нового моста, доступной для свободного посещения, планируется строительство комплекса объектов туристско-рекреационной зоны, включающего в себя:

- комплекс зоопарка пропускной способностью 800 тысяч человек в год (максимальная вместимость 5200 чел.);

- торгово-развлекательный центр;
- детский парк развлечений;
- аквапарк (максимальная вместимость 1800 чел.);
- гостиницы (номерной фонд 250-300 ед.) и парковки.

В результате реализации проекта будет создан новый качественный туристско-рекреационный продукт с высоким уровнем сервисных услуг, ориентированный на молодежный и семейный туризм, аналогу которого в Сибирском регионе в настоящее время нет. Современная рекреационная зона по праву займет одно из ведущих мест в региональном туристско-рекреационном кластере.

Для успешной реализации проекта необходимо софинансирование из федерального и областного бюджетов, которое планируется направить на строительство транспортной и инженерной инфраструктуры, строительство зоопарка.

Доля внебюджетных источников составит более 70% от общей величины предполагаемых затрат на реализацию проекта (расходы на проектирование, строительство торгово-развлекательного комплекса, гостиницы, аквапарка, детского парка развлечений) [3].

Ожидаемый социально-экономический эффект:

- создание условий для улучшения качества жизни граждан за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма;
- формирование стабильно прибыльной отрасли сферы услуг, стимулирование инноваций и развития новых направлений;
- создание новых рабочих мест и обеспечение занятости населения;
- увеличение налоговых поступлений в бюджеты разных уровней.

Реализация такого масштабного проекта невозможна без помощи частных инвесторов. В связи с чем и возникают трудности реализации проекта.

Таким образом, можно сделать вывод, что Томская область, как и многие регионы России, сталкивается с различного рода проблемами практического применения механизмов ГЧП, но при этом общую динамику развития такого рода сотрудничества государства и бизнеса можно оценить как положительную. На данном этапе становления ГЧП необходимо заметить, что региональные органы власти берут на себя инициативу по проработке данного вопроса с точки зрения законодательной и концептуальной основы: определения правил игры, выявления общего языка, который был бы понятен и приемлем как для чиновника, так и для представителя бизнеса.

В современной России именно государственно-частное партнерство может стать реально функционирующим механизмом удовлетворения интересов и потребностей каждого из субъектов партнерства. Государство за счет участия в партнерстве укрепляет общую политическую и экономическую стабильность, а бизнес извлекает стабильную прибыль при высоких государственных гарантиях.

Список использованных источников и литературы

1. Мещерякова О.К. Анализ практического применения механизма государственно-частного партнерства на региональном уровне // Наука, строительство, образование / О.К. Мещерякова, С.А. Степанцова. – 2012. – №2.
2. ГЧП-инфо. Инфраструктура и государственно-частное партнерство в России [Электронный ресурс]: Федеральный информационный портал. – URL: <http://www.pppi.ru/regions/> (дата обращения: 20.02.2013).
3. ЗАЯВКА на участие в долгосрочной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013-2017 годы»

ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Воскресенская Е.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В XXI веке в развитых странах мира наблюдается возрастание роли интеллектуальной собственности как одного из важнейших экономических ресурсов страны, как основы инновационной деятельности и одной из главных составляющих конкурентоспособности национальной экономики. Объектами отношений интеллектуальной собственности являются интеллектуальные продукты, от скорости введения в хозяйственный оборот и коммерциализации которых зависит эффективность и

стабильность экономического развития национальной экономики, а также благосостояние всего населения.

В последние годы в России обозначился курс на инновационное развитие экономики, что потребовало реформирования правовой базы тех общественных отношений, которые связаны с охраной и использованием интеллектуальной собственности. Сегодня проблемы правовой охраны объектов интеллектуальной собственности являются как никогда актуальными. Интеллектуальная собственность стратегически важный возобновляемый ресурс, стоимость и объем которого возрастают и будут увеличиваться по мере развития науки и техники [1.С.199].

Представители институционального направления экономической теории считают, что именно режим частной собственности предполагает создание такого ограниченного или неограниченного права собственности, когда ограничение направлено на создание правильного (не являющегося неэффективным или чрезмерным) уровня инвестиций в эксплуатацию ценного ресурса, который обеспечит стабильное и устойчивое развитие всей экономической системы. Однако стабильное и устойчивое развитие зависит также и от эффективной защиты прав собственника [2.С.46].

Согласно Гражданскому Кодексу Российской Федерации, результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

- 1) произведения науки, литературы и искусства;
- 2) программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- 3) базы данных;
- 4) исполнения;
- 5) фонограммы;
- 6) сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- 7) изобретения;
- 8) полезные модели;
- 9) промышленные образцы;
- 10) селекционные достижения;
- 11) топологии интегральных микросхем;
- 12) секреты производства (ноу-хау);
- 13) фирменные наименования;
- 14) товарные знаки и знаки обслуживания;
- 15) наименования мест происхождения товаров;
- 16) коммерческие обозначения [3].

Особенностью интеллектуальной собственности является сам объект интеллектуальной собственности, определяющий её специфику и само её существование. Под объектом понимается все многообразие результатов интеллектуальной (умственной) деятельности человека. До воплощения в материальных объектах, результаты умственной деятельности принадлежат субъекту в виду знания и не могут быть отделены от него. Таким образом, субъект обладает всем спектром прав собственности на свой интеллектуальный продукт. Именно за ним закрепляются два ключевых права интеллектуальной собственности: право на доход и право на принятие решений в отношении делегирования определенных элементов «пучка прав» собственности другим субъектам [4.С.195]. Собственник может предоставить возможность использования объекта интеллектуальной собственности третьему лицу, сохранив при этом такую же возможность и за собой. Особенность состоит в том, что возможность присвоения одного объекта интеллектуальной собственности можно предоставить одновременно нескольким лицам [5.С.6].

На результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации) признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие) [3].

Обладатели исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности (как физические, так и юридические лица) вправе использовать их в своих целях, не противоречащих закону.

Личные неимущественные права существуют в основном в рамках патентного права; они присуждаются непосредственным авторам изобретений и закрепляются за ними патентным законодательством.

Однако на деле рынок интеллектуальной собственности сталкивается с определенными трудностями. Сделки на рынке интеллектуальной собственности относятся к неоклассической контрактации. Объекты интеллектуальной собственности являются специфическими благами и как следствие, во-первых, сложность в определении всех условий сделки с объектами интеллектуальной собственности (высокая степень неопределенности), во-вторых, существование определенного временного лага в осуществлении трансакции и в-третьих, сделки, как правило, имеют единичный характер, что говорит, об уникальности каждой сделки на рынке интеллектуальной собственности и

невозможности стандартизации и унификации контрактного механизма [5.С.6]. И, следовательно, невозможна полная спецификация прав интеллектуальной собственности, что неизбежно ведет к возникновению транзакционных издержек.

Транзакционные издержки – это издержки отчуждения и присвоения правомочий интеллектуальной собственности. В соответствии с классификацией Т. Эггертссона и Д. Норта, для рынка интеллектуальной собственности особенно выделяются транзакционные издержки оппортунистического поведения, издержки поиска информации и издержки защиты и спецификации прав собственности.

Остановимся поподробнее на издержках спецификации и защиты прав собственности.

Россия отличается достаточно низким уровнем правовой защиты интеллектуальной собственности, о чем свидетельствует большое количество контрафактной продукции (продукции, в которой незаконно воплощена чужая интеллектуальная собственность). Как показывает практика, нарушения патентного права авторства достаточно редки, поскольку авторство лица установлено в патентном ведомстве, а использовать патент может только правообладатель или лицо, которому передано право использования. Наиболее многочисленными являются нарушения права авторства на произведения литературы, искусства, и самым распространенным нарушением является плагиат – самовольное обнародование некоторым лицом под своим именем произведения, созданного другим автором [6.С.206].

Это связано с различными причинами. Наказания за нарушения прав интеллектуальной собственности указаны в Уголовном Кодексе Российской Федерации, и расследованием преступлений такого рода занимаются правоохранительные органы. Однако при расследовании преступлений они сталкиваются с трудностями, такими как, достаточно быстро меняющаяся законодательная база; разногласиями взглядов на применение отдельных норм уголовного законодательства между теорией уголовного права и правоприменительной практикой, а также низкая активность правообладателей по сотрудничеству со следствием [1.С.200.] Также, важной причиной низкой правовой защиты является несоответствие формальных и неформальных институтов защиты прав интеллектуальной собственности.

Последнюю причину как раз можно связать с высоким уровнем транзакционных издержек. Рассмотрим основные составляющие данного вида издержек.

Во-первых, собственник затрачивает значительное количество средств и времени на прохождение всех официальных инстанций при регистрации своего права на результаты интеллектуальной деятельности.

Во-вторых, у собственника интеллектуальной собственности возникают затраты, связанные с отслеживанием своего интеллектуального продукта на предмет его незаконного использования и реализации. Здесь же можно отметить, что субъект может предпринимать попытки по разработке механизмов и технологий, позволяющих защитить свою собственность от незаконного использования.

В-третьих, при установлении факта незаконного использования, собственнику необходимо собрать и зафиксировать доказательства преступления. Для подачи искового заявления в суд и отстаивания своих прав в суде требуется юрист, а иногда и целый штат юристов. Это порождает денежные затраты, а также временные, т.к. судебные тяжбы могут растягивать на неопределенное время. К тому же, в связи с противоречивым законодательством в области защиты прав собственности, а также существующей коррупцией, собственнику не всегда удается выиграть данные споры.

Данный вид транзакционных издержек достигает 45% от общего объема транзакционных затрат [7.С.97].

Компенсации, возмещаемые судом, зачастую, не покрывают всех убытков и издержек, связанных с защитой прав собственности. А потраченное время и средства могли бы быть использованы на дальнейшее развитие интеллектуальных продуктов, на ускорение процесса введения интеллектуальных продуктов в хозяйственный оборот, что в свою очередь тормозит развитие экономики.

В данной ситуации как никогда важна роль государства, в виде формирования эффективной институциональной среды, разработки единых, четких, исключая двойственность трактовки, правовых норм и оптимизация судебных процедур, касающихся объектов интеллектуальной собственности, и процедур оформления прав интеллектуальной. В первую очередь внимание должно быть сконцентрировано на определении путей снижения транзакционных издержек в данном секторе, как важном рычаге воздействия на эффективность функционирования экономики интеллектуальной сферы и хозяйственной системы в целом [5.С.13].

Список использованных источников и литературы

1. Гацולהва А.Х., Магомедов Б.А. Состояние преступности в сфере нарушений конституционных прав на интеллектуальную собственность // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. – 2012. – №2. – С.198-203.

2. Познер Р.А. Экономический анализ права. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.42-46.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ Часть четвертая, ст. 1225-1226 // Российская газета. 22.12.1996.
4. Тюхматов В. М. Интеллектуальная собственность в системе современных рыночных отношений // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2010. – № 3. – С.193-197.
5. Пронина М.М. Транзакционные издержки на рынке интеллектуальной собственности: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. – СПб., 2007. – 14 с.
6. Кислякова Ю. Нарушение прав интеллектуальной собственности и охрана прав интеллектуальной собственности // Учебные записки Орловского государственного университета. – 2009. – №3. – С.206-208.
7. Хадиуллина Г.Н. Трансформация интеллектуальной собственности в современной экономике // Вестник казанского юридического института МВД России. – 2010. – № 1. – С.97-101.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА ВО ВЬЕТНАМЕ

Бу Тхуй Нган, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Вьетнам находится в Юго-Восточной Азии. На данный момент экономика Вьетнама развивается с очень большой скоростью. Успехи в развитии экономики привели к тому, что 6 ноября 2006 года Вьетнам стал 150-м членом Всемирной торговой организации (ВТО). Наверно, потому что Вьетнам выбрал подходящую модель своего развития. Начиная с 1990-х гг., в экономике Вьетнама ведутся реформы. В последнее время экономика Вьетнама демонстрировала впечатляющие успехи. Одной из важнейших тенденций развития современной Вьетнамской экономики является рост инвестиций. По данным во Вьетнаме иностранные вложения составили \$4,5 млрд. в 1998 г. Три года подряд (2005-2007гг.) темпы роста вьетнамской экономики превышают 8%, являясь одними из самых высоких в мировой практике и сумма прямых иностранных инвестиций составила \$23 миллиарда на конец 2007 года.

Известно, что увеличение объемов инвестиций характеризуется конкурентоспособностью экономики. В конце 2009 г. и начале 2010 г. экономика показала признаки стабильного восстановления и развития на прежние позиции по темпам высокого экономического роста. В 2009 г. страна перешла на уровень среднеразвитых стран по годовому доходу на душу населения, превысив \$1000. Причем до кризиса Министерство планирования и инвестиций Вьетнама планировало сохранить такие темпы роста и в период с 2008 по 2010 гг. Однако, уже в 2008 году темпы снизились (6.3%). В первые два квартала 2009 года темпы роста ВВП Вьетнама составили 3.2% и 4.4% соответственно. Сообразуясь с мировыми тенденциями развития, Вьетнам взял курс на скорейшую модернизацию своей экономики, формирование экономической модели развития, соответствующей экономике инновационного типа, активное включение в мировые интеграционные процессы. Эффективная государственная политика за последние годы в инвестиционной сфере становится эффективной регулирующей базой для стимулирования инноваций; увеличением инвестиций в новые технологии. По мнению экспертов, экономика Вьетнама устойчивый экономический рост тесно связан с необходимостью увеличения потребления энергии. Приоритетными направлениями в экономике Вьетнама являются развитие энергетики. Руководство Вьетнама разработало инновационную макроэкономическую стратегию развития энергетики Вьетнама на период 2015-2020 г, поскольку в настоящее время возникли проблемы с ценой на нефть и нефтяные продукты на мировых рынках, угрозой истощения ископаемых запасов и лимитом гидроресурсов и запасы такого органического топлива ограничены.

Научно-исследовательский институт Центрального экономического управления (СИЕМ) недавно разработала план инноваций и экономической реструктуризации на период до 2020 года, что позволит увеличить внутренний спрос и уменьшить зависимость Вьетнама от внешних факторов. Согласно этому плану экономический рост должен быть основан на повышении производительности и качества товаров. В обрабатывающей промышленности используются капиталы и технологии, не эксплуатируются природные ресурсы и используется дешевая рабочая сила, как раньше.

По мнению СИЕМ, до 2010 года правительство должно обеспечить макроэкономическую стабильность и осуществлять поддержку предприятий с новыми инвестиционными проектами в таких секторах экономики как производство строительных материалов, текстиля, обуви, бытовой техники, переработка морепродуктов, строительство гостиниц. В то же время, в 2010 году, следует пересмотреть и упростить, по меньшей мере, 30% текущих административных процедур. В 2010-2012 годы СИЕМ говорил о том, что Вьетнаму нужно поддерживать макроэкономической стабильности; одновременно строить, расширять и модернизировать информационные системы, статистику и социальную экономику, сохраняясь глубокая диспропорция в распределении иностранных инвестиций по территориям и отраслям. Поскольку страна в международном разделении труда продолжает выступать в качестве экспортера сырьевых ресурсов и продуктов первого передела, именно на эти сферы приходится

значительная часть ПИИ, что ограничивает возможность получения страны передовых технологий. Не содействует этому сложившаяся официальная практика предоставления иностранных инвестиций по линии официальной помощи Вьетнаму. Как показывает опыт, кроме секторов по добыче нефти и газа, телекоммуникаций, производства цемента, фарфорофаянсовых изделий, где передавались новые технологии, относящиеся к разряду высоких, в остальных областях в страну поступали преимущественно технологии среднего уровня. Такая ситуация во многом сложилась, из-за ограниченности научно-технических знаний вьетнамских специалистов в передовых областях науки, некомпетентности при заключении международных сделок по технологическому трансферу. Рассмотрение и экспертиза заключаемых в этой области контрактов с вьетнамской стороны иногда осуществлялась без необходимой координации заинтересованных национальных ведомств и без учёта заключений отечественных научно-технических исследовательских учреждений, что повлекло за собой серьезные ошибки и просчёты, приносящие ущерб экономическим интересам Вьетнама.

Инновационная экономика может быть построена в течение 10-20 лет во Вьетнаме со следующими пунктами:

Во-первых, о макроэкономике Вьетнам выполнит своевременный анализ экономической ситуации в стране и за рубежом. Необходимо определить цели задачи на долгосрочный срок, к которым следует стремиться и решить такие задачи. Создание национальной инновационной системы, ориентированной на инновационную поддержку всего сектора высоких технологий как промышленные и информационные с целью обеспечения технологической безопасности Вьетнама, становится важной и основной во Вьетнаме. Характерным показателем являются доля отечественной высокотехнологичной продукции на внутреннем рынке и рост производства высокотехнологичной продукции внутри страны. Несмотря на это, требует ещё развитие экспорта Вьетнама в Америке, Японии и т.д. ежегодно. Кроме этого необходимо привлекать инвестиции из других стран.

Во-вторых, после определения целей надо выбрать конкретный и правильный путь. Изменение всегда трудно развивающей стране как Вьетнам, но будет открывать новый период развития. Улучшение планирования и осуществление политики и законов, способствующих быстрому развитию экономики. Можно выделить три основные функции, которые выполняет правительство: функцию управления государством, функцию регулирования рынка и функцию осуществления государственной собственности.

В-третьих, наращивание потенциала по управлению инвестициями и эффективное государство. Фундаментальные исследования сосредоточены на академии наук и высшую школу, где всегда есть ряд инновационных проектов и опыт ряда фондов в негосударственном секторе. В частности, определение критериев оценки и отбора инвестиционных проектов, требующих финансирования из государственного бюджета, выработка механизма распределения капитала со стороны государства. Одновременно рассматривать и реализовывать все текущие проекты, отказываться от неэффективных проектов.

В-четвёртых, инновационного менеджмента и бизнеса, чтобы улучшить эффективность государственных предприятий, в том числе завершение преобразования всех государственных предприятий в общества с ограниченной ответственностью или акционерных обществ. При этом остаются привилегии и эксклюзивные преимущества, которые были у государственного предприятия.

В-пятых, кризисы в экономике на долгосрочное время показали, что часть населения Вьетнама не способствует кормиться и обеспечить платежеспособный спрос хорошими качественными товарами. Поэтому Государство разрешает развивать высокие технологии, вызывающие решать задачи быстрее и эффективнее. Кроме этого можно использовать опыт как создание и подготовка к запуску в промышленность соответствующих инноваций, чтобы население может получить дешевое жильё, дороги, дешевые и качественные продукты питания и лекарства, тепло в домах и ряд других предметов и услуг первой необходимости. Инновационные способы внедрения инвестиций в социальную сферу и нахождение баланса между инвестициями в экспорт и для внутреннего потребления, совершенствования прямых иностранных инвестиций надо выполнять тщательно. С одной стороны, выработать критерии качества иностранных инвестиционных проектов, с другой стороны, использовать меньше ресурсов и дешевой рабочей силы, делая упор на развитие науки и техники. Главные направления экспорта: сырая нефть, текстильное производство, кожаная обувь, морепродукты. При опоре на иностранные инвестиции Вьетнаму удалось сформировать ряд новых средне- и высокотехнологичных отраслей современной экономики, среди которых информационно-коммуникационная отрасль, производство компьютерного оборудования, энергетическая промышленность, автомобилестроение.

В-шестых, отечественные предприниматели – беззащитные перед зарубежными конкурентами. Малый бизнес не выходит на крупный, поэтому обязательно происходить поощрение сельскохозяйственного производства в современном мире, поддержка малого и среднего бизнеса, производят куртки, рубашки, обувь и многое другое. Затем все это поставляется в большом объеме на мировой рынок

В настоящее время экономика Вьетнама в значительной степени базируется на эксплуатации и использовании природных ресурсов. Эффективность государственных предприятий невысока, доля частного сектора в стране не увеличивается, но остро надеемся в энергетических запасах. Государственные предприятия не играли решающей роли в перестройке экономики, но значительно

играет роль в инновационную экономику. Небольшие частные фирмы не могут стать главным механизмом быстрого развития экономики потому что они не следуют пунктам развития государства. Неожиданный экономический эффект могут принести очень простые инновации. В результате развития новых секторов экономики Вьетнама существенно изменился технологический облик страны, повысилась конкурентоспособность национальной экономики. Интересно отметить, что доля экспорта высокотехнологической продукции в общем объеме экспорта промышленной продукции за последние годы существенно возросла и, по данным Мирового Банка, в 2008 г. составляла 7%. Это немалая цифра для Вьетнама, если учесть, что аналогичный показатель в России составляет 9%, а в Украине – 5%. Однако сегодня Вьетнам находится в начале пути формирования новой модели развития, на котором ему еще предстоит преодолеть немало узких мест. Это высокая региональная конкуренция за привлечение ПИИ, недостаточно развитая инфраструктура, слабая инвестиционная база развития НИОКР, противоречивость законодательства, отсутствие стимулов для научной деятельности, слабая связь между звеньями инновационной системы, неразвитость рынка коммерциализации результатов исследования и т.д. СЕМ сделал предложения на основе анализа текущей экономической ситуации и экономических показателей Вьетнама за прошлые годы и утверждал, что в будущее время Вьетнаму удастся инновационная экономика. Следовательно, Вьетнам из бедной и слаборазвитой страны может стать страной, уровень жизни которой будет не ниже среднего мирового показателя и входит в десятку самых привлекательных мест для отдыха и инвестиции в мире.

Список использованных источников и литературы

1. Диен К.Х. Стратегия развития энергетической отрасли Вьетнама» // Российский экономический Интернет – журнал [Электронный ресурс]: Интернет-журнал АТиСО / Академия труда и социальных отношений – Электронный журнал. – М.: АТиСО, 2008. – URL: <http://www.e-rej.ru/Articles/2007/Dien.pdf>
2. Фам Т.Н. Теория и практика перехода на инновационно - ориентированную модель развития экономики в странах Юго-Восточной Азии // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук – URL : http://www.vietnamnews.ru/economy_1.htm (дата обращения: 25.02.2013)
3. <http://vietbao.vn/Kinh-te/Nhin-lai-nen-kinh-te-Viet-Nam-qua-20-nam-doi-moi/65052003/87/> (дата обращения: 26.02.2013)
4. <http://www.diendan.org/tai-lieu/bao-cu/so-012/kinh-te-thoi-doi-moi> (дата обращения: 26.02.2013)
5. <http://www.khoahqht.edu.vn/news/172-Nhin-lai-nen-kinh-te-Viet-Nam-sau-25-nam-doi-moi.html> (дата обращения: 26.02.2013)

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕХОДА НА ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ СВЕТА (СВЕТОДИОДЫ) НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Вуец Т.Р., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На сегодняшний день рынок светотехнической продукции представлен большим разнообразием ламп и светильников, в числе которых светодиодные лампы являются, пожалуй, самыми молодыми и перспективными. Кроме того, ориентируясь на все возрастающую проблему экономии потребляемой энергии, нельзя найти наиболее подходящий тип лампы, который удовлетворял бы современным потребностям.

В связи с этим в мире каждый год принимаются программы, направленные на переход к экономичным источникам света:

- Программа ООН по окружающей среде (UNEP) и Глобальный экологический фонд (GEF) к 2016 году намерены заменить все лампы накаливания в мире на более современные и энергоэффективные - компактные люминесцентные и светодиодные. Проект en.lighten предполагает переход к более современным и «зеленым» технологиям в освещении, на которое тратится около 20% всей электроэнергии в мире;

- В Германии и других странах ЕС с 2012 года была запрещена продажа ламп накаливания мощностью в 100 ватт, до этого с магазинных лавок исчезли лампы с номинальной мощностью в 100 ватт, а затем в 60 и 40 ватт;

- С 1 января 2011 года в России запрещено производство и оборот традиционных ламп накаливания мощностью более 100 ватт [1].

Отказ от ламп накаливания обусловлен стремлением стран оптимизировать расход электроэнергии и снизить выброс углекислого газа. Отмечается, что лишь 5 процентов энергии лампы накаливания идет на освещение, остальные 95 процентов выделяется в виде тепла. По различным оценкам при использовании энергосберегающих ламп можно сэкономить до 18–20% всех затрат произведенной электроэнергии [2].

Таблица 1. «Сравнение по основным параметрам традиционных источников света и светодиодов, выявление преимуществ и недостатков каждого типа ламп» [3]

Преимущества	Недостатки
Традиционные лампы накаливания, галогеновые лампы, галогеновые лампы с инфракрасным напылением и др.	
Непрерывный спектр излучения; невысокая стоимость; небольшие размеры; простота осветительной арматуры; отсутствие токсичных компонентов; возможность работы как на постоянном токе, так и на переменном; возможность изготовления ламп, рассчитанных на самое разное напряжение (от долей вольт до сотен вольт)	Низкая световая отдача; малый срок службы, порядка 1000 часов; зависимость световой отдачи и срока службы от напряжения; цветовая температура лежит только в пределах 2300-2900 К, что придаёт свету желтоватый оттенок
Газоразрядные лампы низкого давления	
Светоотдача порядка 40-60 лм/Вт, для ламп с холодным катодом может быть выше; большой срок службы для серийных продуктов порядка 5000-10000 часов; низкая габаритная яркость	Содержат ртуть и требуют специальной утилизации; требуют времени для включения и выхода на максимальный режим; побочное ультрафиолетовое излучение; механическая хрупкость; большие габариты; невозможность применения при низких температурах; проблема утилизации; пульсация светового потока, линейчатый спектр света
Единичные светодиоды и светодиодные матрицы	
Высокая светоотдача; длительный срок службы; низкое напряжение питания; отсутствие вредных компонентов; возможность управления яркостью и цветом излучения; интеллектуальное управление; возможность работы при низких температурах (до десятков К); широкий диапазон цветовых температур 2500 – 10000 К	На сегодняшний день – высокая стоимость; проблемы теплового контроля; снижение эффективности при повышении мощности и температуры

Таким образом, производители и конструктора все чаще делают свой выбор в пользу светодиодов. Основной привлекательной чертой светодиодных технологий является сочетание компактных размеров, высокой по сравнению с альтернативными технологическими решениями энергоэффективности, возможности быстрого управления свечением, сравнительно долгий срок службы, энергобезопасность, механическая прочность, малая чувствительность к температурным дрейфам, отсутствие вредных составляющих. Благодаря этим свойствам светодиоды находят применение в таких приложениях, как освещение (в качестве энергоэффективных источников света, готовых для интеллектуальных схем управления освещением) и отображение информации (в качестве индивидуальных индикаторов и дисплейных панелей, как малого, так и большого размера).

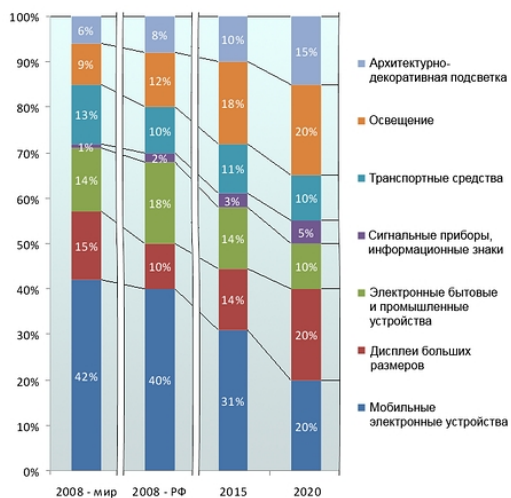


Рис. 1. «Текущая и ожидаемая структура рынка светодиодов (%)» [3]

Российский рынок светодиодов только начинает развиваться, объемы производств еще недостаточны. На текущий момент известно лишь три компании, производящие собственные чипы, остальные же осуществляют сборку светильников на базе зарубежных материалов, экспортируемых преимущественно из Китая – лидера мировых продаж. Безусловно, ожидается рост объемов производства и становление собственного конкурентоспособного рынка. Для этого, необходимо, прежде всего, повышать уровень квалификации специалистов, внедрять новые технологии, обеспечивать необходимые рабочие условия, т. к. отечественные кристаллы – основы светильников, значительно уступают по своему качеству кристаллам, поставляемым на мировой рынок. При этом существует значительный задел фундаментальных исследований в сфере светодиодов, сопоставимый, по мнению экспертов, с международным уровнем.

Даже в период бурного роста мирового рынка российский рынок светодиодов развивался медленнее мирового примерно в два раза. Темпы роста рынка в 2001–2003 гг. составляли порядка 20–25%, в 2004–2008 гг. они снизились до 10–12%. В перспективе возможны три сценария развития (см. рис. 2):

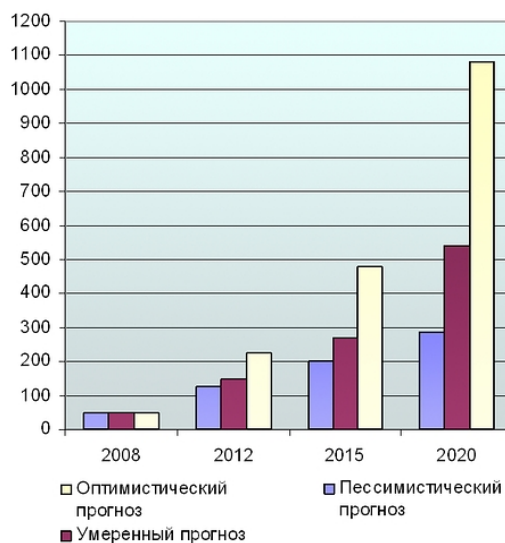


Рис. 2. Ожидаемая динамика объема российского рынка светодиодов (млн. долл. США) [3]

- *Пессимистический сценарий* предполагает, что российский рынок не сможет превысить 1% от мирового рынка в силу инертности потребителей, несовершенства нормативной базы, низкой рыночной ориентированности производителей и других негативных факторов.

- *Оптимистический сценарий* предусматривает, что в силу больших размеров территории страны, сложных погодных условий, достаточно инновационного характера потребления, а также при должном уровне поддержки со стороны государства и своевременном решении нормативных вопросов российский рынок светодиодов может составить до 5% от мирового.

- *Умеренный (средний) сценарий* носит инерционный характер, опираясь на предположение, что в долгосрочной перспективе развитие российского рынка светодиодов всего лишь вернется к докризисной тенденции (темпы роста останутся в два раза ниже мировых).

Подводя итоги, можно сказать, что переход на энергосберегающее освещение является, несомненно, правильным и эффективным решением, позволяющим получать существенную экономию не только в глобальных масштабах, но также и на уровне предприятия, семьи. Относительно России, внедрение данного проекта имеет следующие трудности:

1. Отечественный рынок еще недостаточно развит для полного отказа от традиционных ламп накаливания;
2. Необходимо добиться высокого качества продукции и наладить технологию производства;
3. Спрос на светодиодную продукцию невелик из-за удерживания достаточно высокой цены;
4. Ложное мнение, сложившееся в обществе о том, что экономичнее приобретать более дешевые лампы, когда на самом деле дорогой энергосберегающий источник света окупает себя в разы и оказывается более выгодным товаром. Интересно, что это правило действует также и в области самих светодиодов, т. е. для большей экономии лучше приобретать дорогие светодиоды, а не дешевые [4].

Список использованных источников и литературы

1. РФ находится в начале пути к полному отказу от ламп накаливания [Электронный ресурс] – URL: <http://www.eeskfo.ru/1760-rf-nahoditsya-v-nachale-puti-k-polnomu-otkazu-ot-lamp-nakalivaniya-germaniya.html>

2. Сайт Light Russ. Отказ от ламп накаливания и переход на энергосберегающие // [Электронный ресурс] – URL: <http://www.lightrussia.ru/lib/articles/?id=501>
3. Сайт Государственной информационной системы в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности / Технологическая дорожная карта «Использование нанотехнологий в производстве светодиодов» [Электронный ресурс] – URL: <http://dev.gisee.ru/articles/articles/2663/>
4. Вуец Т.Р. Учет стоимости светодиодов и вторичной оптики при выборе твердотельного излучателя // V Международная научно-практическая конференция «Энергетика в современном мире». – Чита, 2011.

ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

Головченко Г.Я., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В современных условиях одним из ключевых факторов развития экономики выступают инновации. Инновация является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Понятие «инновация» относится как к радикальным, так и постепенным изменениям в продуктах, процессах и стратегии организации. Целью нововведений является повышение эффективности, экономичности, качества жизни, удовлетворенности клиентов организации.

Инновация – это такой процесс или результат процесса, в котором используются результаты интеллектуальной деятельности, обеспечивается выпуск патентоспособной продукции, обеспечивается выпуск товаров или услуг мирового качества, достигается высокая экономическая эффективность в создании или потреблении продукта.

В связи с возможностью различного подхода к политике, социальным системам, технологиям, инновации рассматриваются с разных точек зрения. Соответственно, существует широкий спектр подходов к концептуализации инноваций. В частности, в научной литературе отмечается, что понятие «инновация» часто смешивается с понятием «изобретение», понятия «изменения» и «креативность» также иногда могут быть употреблены вместо понятия «инновации».

Главное, в чем заключается особенность «инновации», – это способность создать дополнительную ценность и то, что они связаны с внедрением. В рамках этого взгляда инновация не является инновацией до того момента, пока она успешно не внедрена и не начала приносить пользу. Понятие «экономическая инновация» было разработано австрийским экономистом Й. Шумпетером в начале XX в. В своих научных работах Й. Шумпетер определил «инновацию» как объединение пяти комбинаций: использование новой техники, внедрение продукции с новыми свойствами, использование нового сырья, изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения, появление новых рынков сбыта.

Экономика промышленно развитых стран формирует такую систему взаимоотношений между наукой, промышленностью и обществом, при которой инновации служат основой развития промышленности и общества, а те, в свою очередь, стимулируют развитие инноваций и определяют их направления в научной деятельности.

Центральная роль в инновационном процессе экономики промышленно развитых стран отводится предприятию. Оно является источником инициативы инновационной деятельности, предьявляет спрос на инновации, осуществляет их реализацию, устанавливает взаимосвязи с потребителями для изучения их потребностей и с научными организациями, которые продуцируют новые знания.

Для предприятий существует множество преимуществ, которые приносят «инновации». Прежде всего, когда речь идет о выгодах, обусловленных инновациями, подразумеваются выгоды коммерческие, которые сводятся к экономии издержек или изобретению новой продукции. Однако инновации могут приносить и другие преимущества – институциональные, политические и идеологические.

Институциональные преимущества связаны с направлением творческого процесса. Творчество формирует ценности и поведение людей, что, в свою очередь, влияет на эффективность функционирования институтов права собственности, их определенность и защищенность.

С политическими выгодами связаны инновации в области военных технологий. Когда инновации подобного рода осуществляются систематически, это может обеспечивать стране «монопольное» военное превосходство перед потенциальными противниками.

Огромное значение имеют идеологические выгоды. Страна, где активно ведутся исследования и имеются соответствующие достижения, может стать примером для подражания в других странах. Страна – культурный лидер может мирным способом воздействовать на другие страны и формировать их облик по своему образу и подобию. В истории можно найти немало примеров того, как страны покоряли своих соседей не с помощью оружия, а привлекательностью своей культуры. Благодаря усвоению православной веры Киевская Русь со временем стала основным источником материальной и военной поддержки народов, когда-то входивших в состав Византийской империи. Другой пример относится к советской эпохе. Странам «капиталистического блока» не удалось получить военного или политического

превосходства над «соцлагерем», однако в культурном отношении Запад, несомненно, одержал победу. Советская молодежь была покорена западной рок-культурой, интеллигенция – западными кинематографом и литературой, простые люди – импортными товарами. Западные страны продолжают пожинать плоды своего культурного лидерства. Во многих странах они насаждают свои идеологию и ценности, причем далеко не всегда сознательно.

Несмотря на преимущества инноваций, к инновационным можно отнести от 8 до 10% предприятий России, работающих в сфере промышленного производства [1].

Инновационными считаются предприятия, имеющие «завершенные инновации», то есть предприятия, осуществляющие затраты на технологические инновации, в том числе на исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов их производства, проектирование, дизайн, маркетинговые исследования и обучение персонала, приобретение машин, оборудования, технологий, программных средств.

Конечно, 10% – показатель чрезвычайно низкий в сравнении с показателями развитых стран. Корень такого положения дел кроется в не самих предприятиях – к восприятию инноваций пока не готова сама среда.

Каждая компания стремится производить свой уникальный продукт, который не имел бы аналогов у конкурентов. Он должен быть дешевле и, главное, пользоваться популярностью у потребителя. Но вложения в инновации считаются едва ли не самыми рисковыми. Очень уж велика вероятность, что деньги будут потрачены впустую, а новый продукт на выходе окажется просто бесполезным.

Существуют такие препятствия для развития инновационной сферы в России как: неопределенность результата – риски инноваций считаются едва ли не самыми серьезными из всех, которые несут предприятия; другая важная проблема для малого и среднего бизнеса – сложность нахождения инвестиционных ресурсов; высокие ставки по кредитам; недостаточная капитализация – привлечение венчурных инвестиций в развитие производства зачастую упирается в несогласие собственников с оценкой стоимости бизнеса; отсутствие внятной методики налогового учета затрат на создание нематериальных активов.

В России, где налоговых послаблений для компаний практически нет, инвестиции в инновации опаснее в разы. По мировым стандартам, отечественный бизнес характеризуется низкой активностью. Лишь 16% компаний сообщили, что внедряют нововведения, серьезно изменяющие и улучшающие качество. Совершенствованием производственного процесса занимается всего 9% [2].

Тревожно, что доля инновационных компаний не меняется на протяжении уже многих лет, несмотря на то, что руководство страны не раз подчеркивало значение инновационной деятельности для развития России.

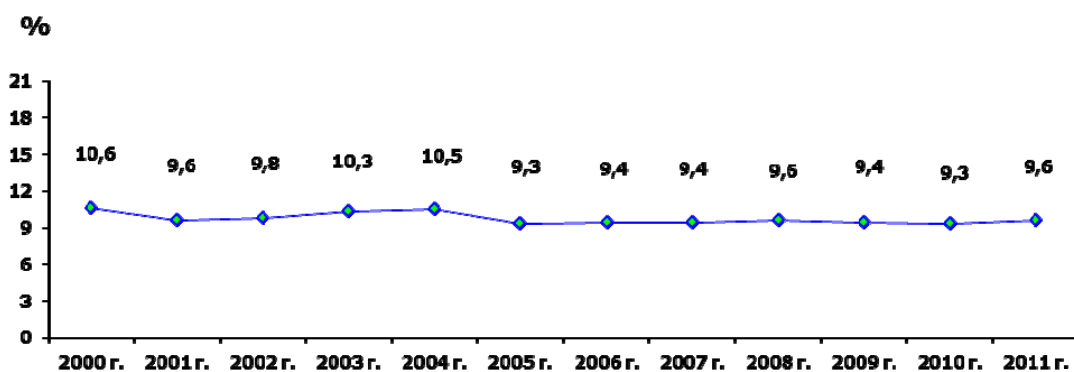


Рис. 1. «Удельный вес организаций промышленного производства России (без субъектов малого предпринимательства), осуществлявших технологические инновации»

Создание условий для формирования конкурентной среды в стране и увеличения числа инновационных, инновационно-активных предприятий как раз и есть государственная задача сегодняшнего дня. Таким образом, для построения эффективной инновационной политики России необходимо выработать четкую стратегию.

Необходимо принять законы об инновационной системе, разъясняющие основные понятия в этой области, прописывающие полномочия органов государственной власти. Необходимо стимулировать спрос на инновации со стороны бизнеса, при этом обязательна пропаганда отечественных разработок. Научные организации должны сами стремиться на рынок и искать инвесторов для своих исследований. Государство должно обеспечить связь между отечественными производителями знаний и их потребителями, при этом научные центры должны быть максимально открытыми для заказчиков технологических разработок. Необходим поиск потребителей на мировом рынке.

Рассматривая основные проблемы построения эффективной инновационной политики в Российской Федерации, а так же значительные преимущества внедрения этой политики в экономику над ее недостатками, мы все больше убедились в том, что эта сфера деятельности заслуживает к себе особого отношения и внимания, являясь единственным путем к завоеванию мировых рынков.

Будущее страны в инновационной политике. Несомненно, у инноваций в России есть будущее, но правительство и предприятия уже сейчас должны задуматься, что без активного внедрения нововведений будущего у них просто нет.

Список использованных источников и литературы

1. Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций) [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики, 2012. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 22.09.2012).
2. Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики, 2012. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 22.09.2012).
3. Авдонина С.Г. Факторы инновационной активности предприятий // Экономические науки. – 2010. – № 6. – С. 49–52.
4. Глазьев С.Ю. Перспективы социально-экономического развития России // Экономист. – 2009. – № 1. – С. 11–18.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ТОМСКА

Ефремова Е.В., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Инновационный процесс – совокупность последовательно осуществляемых действий по внедрению и применению научных исследований, изобретений, разработок, проектов и иного в производственный процесс, в результате которого образуются новые товары, услуги, новая технология, навыки, организационно-управленческие приемы [1].

Перед Россией проблема инноваций стоит очень остро. Промышленные предприятия мало заинтересованы в инвестициях в интеллектуальную собственность (патенты, НИОКР), а больше стремятся связать инновационную деятельность с приобретением нового оборудования и изменением технологической стороны производства.

На стадии перехода экономики к рынку предполагается развитие конкуренции и снижение роли государства в экономике. Однако на основе лишь рыночных принципов невозможно кардинально преобразовать материально-техническую базу общества. Реализация этой задачи не может осуществляться без вмешательства государства [2].

Для качественного функционирования инновационных предприятий, развития науки и технологий, внедрения новшеств в широкие массы необходима эффективная поддержка государства в области инновационных преобразований. Для равномерного распределения инновационной активности по регионам должны быть организованы элементы инфраструктуры инновационной деятельности – технопарки, агентства инновационной информации, созданы такие институты как бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, наукограды, кластеры. Важной формой государственной поддержки является создание законодательной базы, поддержка малого бизнеса и создание благоприятного климата для осуществления и внедрения инноваций. Одним из методов государственного регулирования инновационной деятельности является создание концепций и программ развития регионов, федеральных целевых программ в сфере науки и технологий. В России одним из способов государственной активности в наукоемкой сфере было создание Совета при Президенте Российской Федерации по науке, технологиям и образованию. В его задачи входит определение приоритетных направлений государственной научно-технической и инновационной политики, решение вопросов по взаимодействию российских научных организаций с зарубежными и международными научными и образовательными организациями, а также решения, связанные с присуждением Государственных премий РФ в области науки и технологий.

Специфической формой государственной поддержки инновационной деятельности в научно-производственной сфере могут стать налоговые льготы. Таково, например, введение исследовательского налогового кредита в виде права организаций, занятых инновационной деятельностью, вычитать из налога на доходы (прибыль) часть прироста расходов на НИОКР, направленных на разработку инноваций. Представляется правомерным вычитать из налога на прибыль производственных организаций часть прибыли, получаемой за счет производства наукоемкой, инновационной продукции в течение первых лет ее освоения и выпуска. Подобная практика применялась в России, однако после

вступления в силу в 2002 г. второй части Налогового кодекса РФ, содержащей гл. 26 «Налог на прибыль организаций», эти стимулы инновационной деятельности были в значительной степени утрачены [3].

Один из методов государственного регулирования инновационной деятельности – это прямое финансирование, осуществляемое в соответствии со специальными законами, принимаемыми с целью непосредственного содействия инновациям. Государственное финансирование может быть и контрактным. В этом случае создается система государственных контрактов на приобретение новинок техники, технологий и пр.

Учитывая все вышесказанное можно выделить основные задачи инновационной политики государства:

- определение экономического и социального потенциала общества;
- выделение основных направлений на долгосрочную перспективу развития государства;
- разработка стратегии деятельности государства;
- обеспечение роста валового внутреннего продукта страны;
- увеличение рынка реализации (сбыта) отечественных товаров, работ и услуг;
- повышение эффективности использования имеющихся ресурсов;
- повышение жизненного уровня населения;
- комплексная реализация социально-экономических проблем общества;
- обеспечение финансовой стабильности и финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов;
- сокращение цикла оборота финансовых, производственных ресурсов [2].

Как уже было отмечено выше, для успешного развития экономики регионов и страны в целом необходимо создание специализированных образований, таких как кластеры и технопарки. Наиболее ярким примером российского опыта кластерного подхода является инновационный центр «Сколково», который был создан 28 сентября 2010 года. Цель проекта – формирование благоприятного климата для инновационного процесса: инженеры, ученые, бизнесмены совместно с участниками образовательных проектов имеют возможность работать над внедрением новых технологий в российскую экономику и созданием конкурентоспособных разработок. Технопарк оказывает инновационным компаниям-участникам проекта всю необходимую поддержку для того, чтобы они успешно развивали свои технологические активы и корпоративную структуру, превращаясь в лидирующих игроков на глобальных рынках. К началу марта 2012 года участниками Сколково были 391 компания, а к концу года их стало уже более 700 [4].

Эффективность кластерного подхода обеспечивается за счет конкуренции внутри кластера – происходит обмен опытом и знаниями, увеличивается потенциал человеческих качеств и в результате конкурентной борьбы выживают только лучшие идеи. Кроме этого государство должно понимать выгоду для экономики от создания кластеров на территории страны: кластер – это дополнительные рабочие места, возможность увеличения заработной платы, отчислений в бюджет, повышение устойчивости и конкурентоспособности региональной промышленности, усиление инновационной направленности, а также повышение конкурентоспособности региона.

Необходимо рассмотреть участие государства в инновационной жизни города Томска. В 2002 году Томская область приобрела статус инновационного региона. Благодаря областной целевой программе «Развитие инновационной деятельности в Томской области в 2002 году» Томск вышел на новый уровень. Была создана региональная система поддержки, создания и внедрения инноваций. Появилась законодательная база, организационно-финансовая инфраструктура поддержки инновационных проектов и предприятий. Были созданы и открыты ТВЗ, бизнес-инкубаторы, которые сейчас есть почти при каждом ВУЗе города, центры трансфера технологий и др. [5]

С 2006 года в Томске идет реализация федеральной программы «У.М.Н.И.К.», которая направлена на развитие бизнес-идей молодых ученых, стремящихся самореализоваться через инновационную деятельность. За период с 2006 по 2010 год победителями этой федеральной программы стали более 260 молодых ученых.

Для Томской области инновационное развитие является приоритетным направлением социально-экономического развития. В стратегии развития области до 2020 года Томск определен как инновационная площадка. На территории города создается особая экономическая зона технико-внедренческого типа, которая позволит разрабатывать продукцию, конкурентоспособную на мировом уровне.

В настоящее время в Томской области уже успешно реализуется инновационная модель экономического развития, формируются основные элементы инновационной системы. Для этого была разработана Целевая инновационная программа г. Томска на 2012-2015 г.г. [6], целью которой является формирование условий для создания передовых технологий, развитие города как центра образовательной и инновационной деятельности, развитие наукоемкого бизнеса. Ожидаемым результатом от реализации данной программы является увеличение налогооблагаемой базы; создание 40 новых малых предприятий в инновационной сфере, содействие развитию созданным инновационным предприятиям; привлечение инвестиций в экономику города. Положительный эффект должен проявиться и в социальной сфере – создание более 170 новых рабочих мест, увеличение числа молодых ученых и специалистов,

реализующих инновационные проекты, повышение уровня жизни населения. Ожидается привлечение субъектов малого и среднего предпринимательства в инновационную структуру города [6].

Несмотря на приведенные факты, анализ статистической информации позволяет сделать выводы о проблемах инновационного развития в Томской области. Во-первых, это малая доля инновационно активных малых предприятий в общем числе субъектов малого и среднего предпринимательства (удельный вес не превышает 1,2%). Во-вторых, малая доля субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих технологические инновации (в 2009 году удельный вес таких предприятий составил 8%). Третий нерешенный вопрос – это недостаточно сформированный спрос и рынок для инновационной продукции. Одна из главных проблем хозяйствующих субъектов на территории Томска – это затрудненный доступ к финансовым ресурсам для предприятий, находящихся на начальной стадии развития [6].

Несмотря на отставание нашей страны от западноевропейских стран в области государственного регулирования инновационных преобразований, Россия имеет значительный потенциал и яркие перспективы. Сегодня множество городов могут продемонстрировать свои выдающиеся результаты инновационной деятельности. С этой точки зрения Томск с его развитой научной инфраструктурой имеет большие возможности для осуществления инноваций.

Результаты инновационной деятельности определяются как эффект воздействия многих факторов, в том числе: общей экономической ситуацией в стране (регионе); полноценным ресурсным обеспечением производства; конъюнктурой рынка; квалифицированностью маркетинга; уровнем профессионализма менеджмента [2]. Однако немаловажна и роль государства в этой сфере. Российские предприятия нуждается в стимулировании к инновационной деятельности, а также в льготах на ее проведение. В задачи государства должны входить мероприятия, направленные на инновационное развитие регионов и повышение привлекательности данной сферы.

Список использованных источников и литературы

1. Евграфова И. Ю.Красникова Е.О. Инновационный менеджмент // Электронная библиотека – URL: http://fictionbook.ru/author/e_o_krasnikova/innovacionniyyi_menedjmentshpargalka/read_online.html?page=1 (Дата обращения 21.03.2013)
2. Дуденков С.В. Государственное регулирование инновационной деятельности [Электронный ресурс] // Сборник учебных материалов. 2009 – URL: <http://www.eftcentre.ru/Materials/innov.pdf> (Дата обращения 21.03.2013)
3. Редакционная статья «Государственное управление инновационными процессами» // Экономический портал. – URL: <http://institutions.com/innovations/215-2008-06-17-11-15-34.html> (Дата обращения 21.03.2013)
4. Официальный сайт «Сколково» – URL: <http://www.sk.ru/Model.aspx> (Дата обращения 21.03.2013).
5. Редакционная статья «Инновационный Томск» // Новостной портал «Томика-Информ», 2012. URL: <http://inform.tomica.ru/inform/details.html?id=13660> (Дата обращения 21.03.2013).
6. Приложение к постановлению администрации г. Томска «Целевая инновационная программа муниципального образования «г. Томск» // Портал государственных и муниципальных услуг Томской области . URL: <http://pgs.tomsk.gov.ru/portal/consulting/acts/view/ff808081-32aa8a57-0132-b52cc340-02c1#fulltext> (Дата обращения 21.03.2013)

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

Желбунова Л.И., старший преподаватель

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время уже практически никто не оспаривает необходимость перехода к экологически ориентированной модели экономического развития. 2013 год объявлен в России Годом охраны окружающей среды. В чем же заключаются причины повышенного внимания к экологической проблематике?

«Экология» как наука возникла примерно 150 лет назад. Однако, если раньше требование «экологичности» было из разряда пожеланий, то сейчас это жесткая необходимость. Воздействие человека на природу достигло таких масштабов, что привело к глобальному экологическому кризису. Экологические вызовы стали одними из самых обсуждаемых на мировых форумах проблемах.

В 1972 году в Стокгольме была проведена первая Конференция ООН по проблемам окружающей среды. Об «устойчивом развитии» шла речь в 1992 году в Рио-де-Жанейро на Конференции ООН по окружающей среде и развитию. Устойчивое развитие включает три составляющих: экономическое, социальное и экологическое развитие.

Состоявшаяся в июне 2012 года Конференция ООН по устойчивому развитию (Рио + 20) продемонстрировала неспособность мирового сообщества вывести человечество на новую траекторию развития с ориентацией на обеспечение глобальной экологической безопасности. В итоговом документе конференции «Будущее, которое мы хотим» говорится о том, что «зеленая» экономика является лишь

средством обеспечения устойчивого развития, которое страны могут использовать по своему желанию, выбирая соответствующие подходы и модели [1.С.3-5].

Сложность решения экологических проблем в целом заключается в их неразрывной связи и взаимозависимости от экономики, когда одно перерастает в другое и наоборот. Разрешение противоречия между интересами экономического роста и потребностями защиты окружающей среды – основная проблема как развитых, так и развивающихся стран.

Особенностью экологических угроз является то, что они носят многоплановый, комплексный характер, причем часто имеют мультипликативный эффект, также они могут наносить непоправимый вред не только современным, но и будущим поколениям, например, взрыв на Чернобыльской АЭС, авария в Японии на атомной станции и т. д. В январе 2013 года Китай столкнулся с «самой грязной дымкой» за всю свою историю, в течение 7 дней подряд над Центральным и Восточным Китаем простиралась «грязная завеса» [2.С.5].

Экологические проблемы переросли границы отдельных государств и превратились в глобальные угрозы экологического характера, которые становятся доминирующими.

По данным статистики, экономика России в 2012 году продолжала расти, рост ВВП составил около 4%. Важным положительным итогом стало то, что этот рост преимущественно был достигнут за счет внутреннего рынка [3.С.12.].

Однако по уровню экологической чистоты Россия в целом занимает 74-е место среди стран мира. Более 100 млн. россиян проживают в экологически неблагоприятных условиях. Многие реки России загрязнены в такой степени, что непригодны не только для питьевых целей, но и для купания, ловли рыбы и других бытовых надобностей. Например, река Томь входит в число самых грязных рек мира, загрязнен Байкал, запасы пресной воды которого составляют около 20% мировых запасов, 40% горожан проживают в очень загрязненной среде, где периодически наблюдается превышение ПДК вредных веществ в атмосфере в 5-10 раз. В России стремительно ухудшается здоровье населения.

Во многих регионах, в том числе и сибирском, присутствуют признаки экологического неблагополучия, которые объясняются следующими причинами: преобладающее развитие природоёмких отраслей; высокая доля сырьевых продуктов в экспортных поставках; превалирование устаревших производственных технологий; недостаточная изученность сложных экологических проблем; крайне ограниченное выделение средств на охрану природы; низкий уровень экологической культуры и образования; устоявшееся представление о большом количестве природных богатств в стране и др.

Располагая большими природными, научными, инновационными ресурсами, сибирский регион может стать одним из главных факторов экономического подъема России, однако, успешное решение проблем Сибири возможно только при активной поддержке со стороны государства. Перед регионом стоит ряд проблем, которые не терпят отлагательства. Если их не решить сейчас, многое для региона и для страны в целом может быть упущено. Одна из главных проблем заключена во взгляде на богатейший регион как на сырьевой придаток. Такой точки зрения придерживаются не только иностранные граждане, но и сами россияне.

Насущно необходимо поменять образ «кладовой ресурсов» на образ «жизненного пространства» для российских граждан. Стоит отказаться от самого выражения «освоение Сибири» ввиду его устойчивых ассоциаций с природными ресурсами. Вместо этого нужно говорить о «развитии сибирских регионов».

Особенностью экономики России является то, что Россия еще может выбрать свой «особый путь развития», который кратко можно обозначить так: «экологичное – экономично».

Можно выделить пять основных направлений, по которым Россия может выйти из экологического кризиса: экологизация технологий; экологизация производства (через развитие и совершенствование экономического механизма); административно-правовое воздействие; экологическое просвещение; международно-правовое сотрудничество.

При решении эколого-экономических проблем очень важным является целеполагание или, другими словами, определение направления движения. Очевидно, что ни процент роста ВВП, ни вхождение в десятку или двадцатку развитых стран мира, ни модернизация, сама по себе, не могут быть целями развития страны, особенно такой, как Россия.

Такой целью может быть, например, обеспечение экологической безопасности, то есть достижение состояния защищенности природной среды и жизненно важных экологических интересов человека, прежде всего, его прав на благоприятную окружающую среду.

Экологические проблемы требуют своего разрешения, в противном случае они будут лимитировать как развитие экономики, так и решение социальных проблем. Однако сделать это не так просто, так как экологические программы обычно являются, на первый взгляд, очень затратным и их осуществление связано с решением множества других взаимосвязанных и взаимоувязанных вопросов.

Список использованных источников и литературы

1. Рогожина Н. Глобальная экологическая безопасность: позиция развивающихся стран / Международная экономика и международные отношения. – 2013. – №2. – с.3-5.
2. Цао Линь. Большой пекинский смог предупреждает / Китай – 2013. – №2. – с.5.

3. Мау В. Между модернизацией и застоём: экономическая политика 2012 года / Вопросы экономики. – 2013. – №2. – с.12.

ВСТУПЛЕНИЕ РОССИИ В ВТО: ПРОБЛЕМЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Загребельная А.В., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Тема вступления России в ВТО постоянно обсуждается в СМИ, и является, пожалуй, одной из самых актуальных тем на сегодняшний день.

Вступление России в ВТО после переговоров, длившихся 18 лет, закрывает целый экономический период, который открыла холодная война. Всемирная Торговая Организация была основана 1 января 1995 года и стала преемницей действовавшего с 1947 года Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ) [1]. На 2 марта 2013 года Организация насчитывает 159 стран-участниц.

Основополагающими принципами ВТО являются предоставление режима наибольшего благоприятствования во взаимной торговле для всех государств на недискриминационной основе, взаимное предоставление национального режима товарам и услугам иностранного происхождения [2].

Создание международного рынка товаров и услуг означает, что потребитель в любой стране беспрепятственно может приобретать товар, произведенный в любой другой стране. В результате такого подхода обостряется конкуренция производителей, борьба за рынки путем стремления к повышению качества продукции и поставок в минимальные сроки по приемлемым ценам. Одновременно идут процессы усиления кооперации и сотрудничества в производстве и продвижении товаров на рынки

России теперь придется снизить таможенные пошлины, чтобы облегчить доступ товаров и услуг на свой рынок. Вступление России в главную регулирующую организацию мировой торговли способствует усилению экспортной активности этой страны. Согласно расчетам, объем ее ежегодного экспорта увеличился на 3,9 миллиарда евро. Главное для Европы заключается в том, что сделан шаг вперед в развитии таможенных процедур, а также в таких вопросах, как защита интеллектуальной и промышленной собственности. В России отменены или резко сокращены таможенные пошлины приблизительно на 700 видов промышленных и сельскохозяйственных товаров. Средний размер пошлины, увеличивающий стоимость импортных товаров, снизился с 10% до 7,4%. Это приводит к удешевлению товаров, что дает великолепную возможность иностранным компаниям, поскольку расширяет круг их клиентуры.

Другая сторона медали может заключаться в том, что некоторые компании, уже обосновавшиеся в России, станут перемещаться в другие страны. «Это зависит от вида товара, от его веса и количества, которое можно перевезти на одном грузовике, но в любом случае некоторые компании, работающие в настоящее время в России, просто ради того, чтобы не платить таможенные пошлины, после снижения этих пошлин могут переместиться в другие, более конкурентоспособные славянские страны», – заявил испанский бизнесмен с десятилетним опытом работы на российском рынке, который предпочел остаться неизвестным. Помимо таможенных пошлин, которые снизятся после вступления в ВТО, в России есть другие препятствия для ведения бизнеса, в частности – большие расстояния.

В банковской системе, тем не менее, продолжают действовать некоторые ограничения. Иностранное участие не может превышать 50%, однако впервые в России начинают работать с 100% иностранным капиталом. Москва решила пойти по стопам Пекина. Китай вступил в эту организацию в 2002 году и добился немалых успехов. Сторонники вступления России в ВТО подчеркивают, что выиграют от этого прежде всего российские потребители, которые смогут приобретать товары, доселе недоступные для граждан со средним уровнем доходов. И все же многие в России считают, что промышленность и сфера услуг не готовы к этому шагу. Согласно опросам Центра изучения общественного мнения, лишь 21% россиян поддерживают вступление в ВТО [3]. Александру Иванову, работающему в испанской фирме по производству упаковки Viscopan, это не очень понятно: «Невозможно предугадать преимущества и недостатки, крупные компании не имеют представления о том, что произойдет через несколько лет. Мировая экономика нестабильна». В силу всех этих причин устанавливается длительный адаптационный период, так что снижение таможенных пошлин на многие виды товаров вступит в силу в течение семи лет. России это время необходимо для укрепления своей промышленности, поскольку в настоящее время ее экономика зависит от экспорта сырья и энергоносителей [4].

Анализируя обстановку в России после вступления в ВТО можно отметить, что больше всех от вступления России в ВТО пока выигрывают соседние страны. Из-за снижения пошлин на молочную продукцию и новых, менее строгих правил валютного обмена на отечественный рынок хлынули продукты из Финляндии, Прибалтики и стран СНГ. Всего за несколько осенних месяцев на российских прилавках стало вдвое больше иностранного сыра, сгущенки и масла, а импорт сухого молока вырос более чем в 3 раза. В новом году ввозные пошлины будут снижаться еще больше, а субсидии отечественным производителям сократятся. В таких условиях российская молочная отрасль в принципе не сможет бороться с импортом [5].

Еще одной жертвой ВТО стало российское свиноводство. Импорт свинины вырос на 50% сразу после вступления в ВТО, и зарубежные производители наращивали свою долю на рынке вплоть до Нового года. В итоге цены на необработанную свинину рухнули с 94 до 65 рублей за килограмм, что делает выращивание свиней в России в следующем году нерентабельным. Для потребителей обострение конкуренции в мясной отрасли означает неизбежное снижение цен, так как под конец года свинина уже начала дешеветь примерно на полпроцента в месяц [6].

Стоит отметить что спустя полгода после вступления России в ВТО иностранный бизнес начинает замечать, что протекционизм в России никуда не делся – он лишь приобрел скрытый характер. Речь, в частности, идет об аграрном секторе. К примеру, 4 февраля вступил в действие запрет на импорт мяса из США и Германии. Эксперты уверены: помимо заботы о здоровье потребителей, властями движет желание помочь местным производителям, терпящим убытки от резкого снижения ввозных пошлин на мясо. Однако такого рода помощь вряд ли окажется эффективной, ведь рано или поздно американские и немецкие поставщики выполнят требования российских властей, и отечественные фермеры вновь окажутся в западне. Долгосрочных методов поддержки у государства нет.

В заключении хочется отметить, что возлагая большие надежды на ВТО Россия возможно все-таки поторопилась с вступлением в организацию, несмотря на то, что стремилась Россия к статусу страны-участницы ВТО 18 лет. Как показывают недавние события со свининой и молоком, защита отечественных товаров от иностранных конкурентов не была должным образом проработана. Как показала практика, несмотря на прогнозируемые плюсы и минусы от вступления в ВТО, на данный момент вряд ли Россия оказалась в выигрышной ситуации.

Список использованных источников и литературы

1. Википедия. Свободная энциклопедия. Генеральное соглашение по тарифам и торговле [Электронный ресурс] – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Генеральное_соглашение_по_тарифам_и_торговле
2. World Trade Organization [Электронный ресурс] – URL: http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm
3. ВЦИОМ [Электронный ресурс] – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112977>
4. Роль ВТО в повышении качества российских товаров и услуг [Электронный ресурс] – URL: <http://www.b-seminar.ru/article/show/666.htm>
5. ВестиFM. Первые итоги вступления России в ВТО [Электронный ресурс] – URL: <http://radiovesti.ru/articles/2013-01-08/fm/78256>
6. ВТО-информ [Электронный ресурс] – URL: <http://wto-inform.ru/experts>

РАЗВИТИЕ ТЕПЛИЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ

Зарькова Н.А., магистрант

Санкт-Петербургский имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии

Перед Российской Федерацией стоит важнейшая задача – обеспечение экономической безопасности, и прежде всего, продовольственной безопасности. Решение этой задачи лежит на пути государственного регулирования внешней торговли продовольственными товарами [1] Современная особенность регулирования внешней торговли России продовольственными товарами состоит в том, что оно должно осуществляться с учетом ограничений, накладываемых вступлением в Таможенный союз, во Всемирную торговую организацию и формированием Единого экономического пространства.

В обеспечении страны продовольствием важное место занимает растениеводство, осуществляемое в закрытых грунтах. Неблагоприятные для растениеводства климатические условия Северо-Запада, отягощенные логистическими проблемами, требуют разработки новых подходов к созданию тепличных хозяйств. Как сообщала «Российская газета» от 07.03.2013, премьер-министр Д.А.Медведев направился в Новгород, где провел совещание по вопросам развития тепличного овощеводства. С целью ознакомления с состоянием дел и обсуждения перспектив одной из составляющих отечественного сельского хозяйства, на модернизацию которого в последние годы государство направляет особые усилия, глава правительства посетил тепличный комплекс ООО «Новгородские теплицы». Это – современный комплекс на основе голландских технологий, заметно отличающийся от многих из тех, что достались стране в наследство с советских времен. В ходе ознакомления с хозяйством премьер-министр отметил, что тема выращивания овощных культур, тепличного овощеводства становится все более злободневной в связи с тем, что доля свежих овощей и зелени в рационе россиян ниже, чем в развитых странах. Сегодня в стране производится 600 тысяч тонн овощей в год. На одного человека получается всего 4 килограмма в год, а это лишь четверть биологически потребной нормы. Следовательно, проблема развития тепличного хозяйства в условиях рискованного земледелия России крайне актуальна.

Чего точно не хватает для развития тепличного хозяйства, так это **инвестиций**. Предприятия рынка предложили, чтобы российские банки начали давать кредиты под проектное финансирование, а не требовали с хозяйств **залог**. Современные тепличные комплексы – это сложное многопрофильное

производство. Создание такого комплекса требует значительных капитальных вложений и, следовательно, без заёмных средств, вряд ли, можно обойтись. Окупается теплица не быстро. Нынешнее состояние Российской экономики, высокий уровень инфляции, условия кредитования - всё это затрудняет предпринимателей брать долгосрочный банковский кредит. Более предпочтительным в таких условиях становится поиск инвесторов. Успех таких поисков зависит от инвестиционной привлекательности проектов. Анализ инвестиций в отдельно взятый (аграрный) сектор экономики невозможен без анализа общей инвестиционной картины, имеющейся в стране. Инвестиционную привлекательность проектов тепличного дела можно определить лишь в сравнении с проектами в других секторах экономики, в том числе и внутри самого аграрного сектора. Рассмотрим состояние инвестиций в Российскую экономику в период с 2000 г. по 2011 г. по данным Госкомстата [2]. Раздел содержит статистику инвестиций в нефинансовые активы, финансовых вложений и иностранных инвестиций.

Инвестиции в нефинансовые активы включают в себя следующие элементы: инвестиции в основной капитал, инвестиции в объекты интеллектуальной собственности, затраты на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы, инвестиции в другие нефинансовые активы. Основное место в системе показателей, характеризующих объемы и структуру инвестиций в нефинансовые активы, занимают **инвестиции в основной капитал**, которые представляют собой совокупность затрат, направленных на воспроизводство основных средств (новое строительство, расширение, а также реконструкцию и модернизацию объектов, которые приводят к увеличению их первоначальной стоимости, приобретение машин, оборудования, транспортных средств, на формирование основного стада, насаждение и выращивание многолетних культур и т.д.). Распределение инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности осуществляется в соответствии с классификатором ОКВЭД, исходя из назначения основных средств, т.е. той сферы деятельности, в которой они будут функционировать. Данные по инвестициям в основной капитал приведены в фактически действовавших ценах, индексы физического объема инвестиций в основной капитал рассчитаны в постоянных ценах. С 2005 г. инвестиции в основной капитал приведены без налога на добавленную стоимость.

Таблица 1. «Инвестиции в нефинансовые активы структура инвестиций в нефинансовые активы¹⁾ (в процентах к итогу)» [3]

ГОДЫ	Инвестиции в нефинансовые активы всего	в том числе			
		Инвестиции в основной капитал	Инвестиции в объекты интеллектуальной собственности	Инвестиции в другие нефинансовые активы	Затраты на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы
2000	100	98,4	1,5	0,1	–
2005	100	98,2	0,8	0,7	0,3
2007	100	98,8	0,5	0,4	0,3
2008	100	98,7	0,5	0,5	0,3
2009	100	98,8	0,4	0,5	0,3
2010	100	98,7	0,4	0,5	0,4
2011	100	98,3	0,5	0,8	0,4

¹⁾ Без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами.

Из таблицы видно, что общий объем инвестиций за период 2000-2011 гг. находился примерно на одном уровне. Около 99,5% от общего объема инвестиций приходилось на основной капитал.

Таблица 2. «Инвестиции в основной капитал» [3]

	1992	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах), млрд. руб. (до 2000 г. – трлн. руб.)	2,7	267,0	1165,2	3611,1	6716,2	8781,6	7976,0	9152,1	10776,8

Индексы физического объема инвестиций в основной капитал (в постоянных ценах):									
в процентах к предыдущему году	60,3	89,9	117,4	110,9	122,7	109,9	84,3	106,0	108,3
в процентах к 1995г.	166,4	100	84,6	135,8	194,4	213,7	180,1	190,9	206,8

Таблица 3. «Структура инвестиций в основной капитал по формам собственности (в процентах к итогу)» [3]

	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	100	100	100	100	100	100
российская	97,3	86,3	80,6	83,1	83,8	85,2	86,2	88,9
государственная	31,3	23,9	18,8	17,7	18,1	19,3	17,2	16,0
муниципальная	6,3	4,5	3,8	4,4	4,3	3,6	3,2	2,9
частная	13,4	29,9	44,9	49,7	51,1	55,2	57,0	57,0
общественных и религиозных организаций (объединений)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,04	0,03
потребительской кооперации	-	0,1	0,1	0,1	0,04	0,03	0,03	0,02
смешанная российская	46,2	27,8	12,9	11,1	10,1	7,0	7,5	11,2
государственных корпораций							1,2	1,7
иностранная	-	1,5	8,2	7,1	7,5	6,8	5,9	5,4
совместная российская и иностранная	2,7	12,2	11,2	9,8	8,7	8,0	7,9	5,7

Таблица 4. «Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (в процентах к итогу)» [3]

	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе по источникам финансирования:								
собственные средства	49,0	47,5	44,5	40,4	39,5	37,1	41,0	42,7
из них:								
прибыль, остающаяся в распоряжении организации	20,9	23,4	20,3	19,4	18,5	16,0	17,1	17,2
амортизация	22,6	18,1	20,9	17,6	17,3	18,2	20,5	21,6
привлеченные средства	51,0	52,5	55,5	59,6	60,5	62,9	59,0	57,3
из них:								
кредиты банков	...	2,9	8,1	10,4	11,8	10,3	9,0	7,7
в том числе кредиты иностранных банков	...	0,6	1,0	1,7	3,0	3,2	2,3	1,5
заемные средства других организаций	...	7,2	5,9	7,1	6,2	7,4	6,1	5,0
бюджетные средства	21,8 ²⁾	22,0	20,4	21,5	20,9	21,9	19,5	18,8
в том числе:								
из федерального бюджета	10,1	6,0	7,0	8,3	8,0	11,5	10,0	9,8
из бюджетов субъектов Российской Федерации	10,3 ³⁾	14,3	12,3	11,7	11,3	9,2	8,2	7,9
средства внебюджетных фондов	11,5	4,8	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2
прочие	...	15,6	20,6	20,1	21,2	23,0	24,1	25,6

Таблица 5. «Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности»
(в процентах к итогу) [3]

	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Инвестиции в основной капитал - всего	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе по видам экономической деятельности:								
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,7	3,0	3,9	5,0	4,6	4,1	3,3	3,5
рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
добыча полезных ископаемых	14,2	18,1	13,9	13,8	13,4	13,9	13,8	14,6

Поскольку в фокусе нашего внимания аграрный сектор, в таблице 5 материал из статистического сборника представлен в интересующем нас аспекте. Кредиты Российских банков в соответствии с данными таблицы 5 в 2011 году составили всего 7,7% в общем объеме инвестиций в основной капитал. В таблице 5 видно, что в основной капитал сельского хозяйства, куда входит и тепличное строительство, инвестировано менее чем 3,5%.

Из таблицы 6 видно, что в сельском хозяйстве России практически отсутствуют и иностранные инвестиции. Из стран СНГ основными инвесторами в Российскую экономику являются Беларусь и Казахстан (86,9% общего объема инвестиций) Таб.7. Нет нужды доказывать, что для этих стран Россия – рынок продовольствия.

Таблица 6. «Поступление иностранных инвестиций по видам экономической деятельности» [3]

	2003		2005		2010		2011	
	Млн. долл. США	В процентах к итогу	Млн. долл. США	В процентах к итогу	Млн. долл. США	В процентах к итогу	Млн. долл. США	В процентах к итогу
Иностранные инвестиции - всего	29699	100	53651	100	114746	100	190643	100
в том числе по видам экономической деятельности:								
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	154	0,5	156	0,2	466	0,4	638	0,3
рыболовство, рыбоводство	38	0,1	22	0,0	16	0,0	25	0,0
добыча полезных ископаемых	5737	19,3	6003	11,2	13858	12,1	18634	9,8
из нее:								
добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	5149	17,3	5164	9,6	11880	10,4	14861	7,8
добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	588	2,0	839	1,6	1978	1,7	3773	2,0
обрабатывающие производства	6522	22,0	17987	33,5	33157	28,9	41086	21,6
из них:								
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	1012	3,4	1210	2,2	2803	2,4	3099	1,6

Таблица 7. «Инвестиции из России в экономику стран СНГ» [3]

	2000		2005		2010		2011	
	Тыс. долл. США	В процентах к итогу	Тыс. долл. США	В процентах к итогу	Тыс. долл. США	В процентах к итогу	Тыс. долл. США	В процентах к итогу
Все инвестиции	130981	100	620522	100	7497920	100	12835966	100
в том числе в страны:								
Азербайджан	26	0,0	6734	1,1	39713	0,5	49325	0,4

Армения	5	0,0	138185	22,3	108395	1,5	33097	0,3
Беларусь	77238	59,0	102438	16,5	4125440	55,0	9231893	71,9
Грузия ¹⁾	133	0,1	60	0,0	-	-	-	-
Казахстан	3453	2,6	204314	32,9	1205872	16,1	1926049	15,0
Киргизия	7	0,0	1247	0,2	210237	2,8	249796	1,9
Республика Молдова	31224	23,8	4904	0,8	26649	0,4	38490	0,3
Таджикистан	-	-	496	0,1	182846	2,4	240195	1,9
Туркмения	2934	2,3	-	-	1616	0,0	2295	0,0
Узбекистан	929	0,7	6968	1,1	204039	2,7	254883	2,0
Украина	15032	11,5	155176	25,0	1393113	18,6	809943	6,3

Из приведённых данных статистики можно сделать следующие выводы:

- наблюдается достаточно устойчивый рост общего объёма инвестиций в Российскую экономику (с 2007г по 2011г в среднем по 1трл. руб. в год см. таблицу 2);

- основная доля инвестиций в 2011году приходилась на финансовый сектор, где доля Российских инвестиций составила 25,6% от общего объёма. Иностранные инвестиции в финансовый сектор составили 45,6% от общего объёма иностранных инвестиций. В первой половине 2011 года приток иностранных инвестиций в Россию вырос в 2,9 раза (после сокращения на 5,5% в аналогичном периоде предыдущего года) – до 87,7 млрд. долл. Наибольшая их часть – так называемые прочие, то есть кредиты. Их величина выросла в 3,3 раза (до 80,4 млрд. долл.) – инвестиции в основной капитал сельского хозяйства, куда входит и строительство тепличных комплексов (Росстат в своих показателях объединил сельское хозяйство с охотой и лесным хозяйством), упали с 5% в 2007г до 3,5% в 2011г. Иностранные инвестиции в аграрный сектор составили менее 0,3%;

- имеет место преобладание краткосрочных инвестиций. В среднем краткосрочные инвестиции в 8 раз превышают долгосрочные, что свидетельствует о низком уровне доверия в прибыльность вложения капиталов;

- долгосрочные вложения в сельское хозяйство вместе с охотой и лесным хозяйством составили в 2011году около 3 млрд. руб., краткосрочные – около 8 млрд. руб.;

- в инвестициях России в экономику других стран лидируют с большим отрывом Беларусь и Казахстан.

Подводя общий итог статистического анализа, можно сказать, что в среднем территория России, с точки зрения инвесторов, не является привлекательной для ведения сельского хозяйства.

Вместе с тем, по данным Всемирной организации здравоохранения и НИИ питания для нормальной жизнедеятельности человеку необходимо потреблять минимум 87,6 кг овощей в год, в том числе свежих овощей во внесезонный период 13 кг. Хозяйствами всех категорий Российской Федерации в 2010 году произведено 540,5 тыс. тонн овощей защищенного грунта или 3,8 кг на одного жителя страны, что составляет 27% от медицинской нормы потребления. Недостающее количество возмещается, по данным Федеральной Службы Государственной Статистики - ЦБСД импортной продукцией. Порядка 40% этой продукции поставляется из Турции. Доля производства овощей в защищенном грунте составляет 5% от общего объема производства овощей. Более 90% всех тепличных площадей занято под томаты и огурцы. Оставшиеся площади используются под баклажаны, сладкий перец, грибы, а также зеленные культуры (лук-перо, салат и т.п.).

В последнее время импорт свежей овощной продукции неуклонно растет, особенно во внесезонный период, когда цены на овощи максимальны и достигает 80% – 85 %.

Огурцы традиционно занимают меньшую долю в импорте, так как относятся к более «нежному» товару, плохо переносящему длительное хранение и дальнюю транспортировку. Перец и баклажаны в российской торговле, в осенне-весеннее время практически на 100% представляют импортных производителей, причем как в цивилизованной розничной торговле, так и на продуктовых «колхозных» рынках. Однако доля их в импорте свежих овощей мала вследствие низкого уровня потребительского спроса и высоких розничных цен. Вытеснение импорта тепличных цветов и овощей, и развитие отечественных производителей на рынке промышленных теплиц становится стратегическим моментом для экономики России в целом.

В настоящее время в соответствии с решением Правительства Российской Федерации (Протокол заседания Комиссии Правительства Российской Федерации по вопросам агропромышленного комплекса от 24 ноября 2010 г. № 5) в стадии разработки находится Программа развития тепличного овощеводства в РФ до 2020 года. Срок принятия Программы – март 2011 года. По предварительным расчетам в Программе будут предусмотрены льготы, субсидии и дотации, а также иные меры государственной поддержки строительства тепличных комплексов для производства овощной продукции за 9 лет общей площадью до 4 000 га.

Для обеспечения минимально необходимым объемом овощей экологически чистой и безопасной продукцией в год на каждого жителя РФ необходимо увеличить производство овощной продукции с 540,5 тысяч тонн в 2010 году до 1 843 тысячи тонн

Строительство промышленных теплиц в советское время в основном велось вокруг центров потребления - крупных городов. Неудивительно, что основная часть тепличных хозяйств располагалась в районах с неблагоприятными климатическими условиями и естественным уровнем освещенности. Например, Московская область, самая насыщенная по количеству старых тепличных комбинатов, находится в III световой зоне, Санкт-Петербург и Ленинградская область - в I световой зоне. Тепличным хозяйствам, расположенным далее V световой зоны, энергоносители требуются не только на обогрев теплиц, но и на электродосвечивание, без которого производственный цикл будет не замкнутым. Кроме того, климат некоторых районов России характеризуется слишком холодной зимой и/или резкими перепадами температур по сезонам, что ведет к необходимости дополнительных затрат на обогрев зимой и регулирование микроклимата.

Таким образом, географическое расположение теплиц однозначно и категорично влияет на рентабельность производства и конкурентность продукции. С другой стороны, траты на логистику для постоянной доставки тепличной продукции к основным местам потребления существенно увеличивает ее себестоимость. В этом моменте мнения руководителей теплиц и инвесторов обычно расходятся: одни считают, что логистика «поглотит» всю экономию, которая выходит в южных теплицах, а вторые уверены, что траты на отопление и досвечивание будет гораздо больше затрат на доставку выращенной продукции. Количественных сравнений затрат на доставку с затратами на обеспечение микроклимата пока нет. Проведём оценку соотношения этих затрат: расстояние от Анкары до Санкт-Петербурга составляет 2990 км., стоимость доставки груза весом 16000 кг, объёмом 80 м³, в еврофуре, по Российским расценкам [см. расчёт расстояний и цен на сайте транспортной компании UNIVERSAL LOGISTICS (uls-global.ru)] составит 220000,00 руб. Пересечь придётся 4 сухопутных границы (Румыния, Болгария, Украина, Беларусь). Себестоимость 1кг. огурцов увеличится почти на 25 руб. (в ценах 2012г.).

Выращивание огурцов в Ленинградской области потребует дополнительных затрат на освещение 1 м² теплицы -0,1кВт., на обогрев 0,3 кВт. тепловой энергии. Стоимость 1 кВт*час электроосвещения составляет 5,0 руб., стоимость 1кВт. Если обогревать природным газом и исходить из того, что тысяча кубов газа стоят 120 \$, а 1м³ даёт 10кВт*час тепловой энергии, то стоимость отопления составляет 0,4 руб./час. Следует учесть, что обогрев требуется в холодный период в течение 24 часов, а освещение в течение 12 часов. Отсюда суточные затраты на освещение 1м² теплицы составят 6руб., на отопление 9,6 руб. Итого стоимость энергозатрат на 1м² теплицы составит 15,6 руб./сутки. Урожайность огурцов в современной теплице составляет 50кг/ м². Продолжительность вегетативного периода составляет примерно 90дней. Окончательный результат расчётов даёт цифру: 15,6*90:50 = 28,08руб./кг.

Как видим, цифры сопоставимы. Затраты немного больше, зато качество несомненно более высокое. Разумеется, необходимо создавать тепличные комплексы на основе самых передовых технологий, обеспечить применение передовой агрокультуры. Создаваемые в настоящее время тепличные комплексы типа «Выборжец», «Новгородские теплицы» и др. идут как раз по этому пути. Почему же всё-таки, при очевидной востребованности, капитал не спешит притекать в этот сектор, и что нужно сделать, чтобы ситуация изменилась к лучшему.

Известно, что свыше 60% себестоимости продукции тепличного производства составляет энергия. В условиях Севера, когда солнце находится под низкими углами, восполнить дефицит освещённости можно только за счёт электрической энергии. Стоимость электрической энергии чрезвычайно велика. При этом если атомная станция отпускает электроэнергию по цене около 1 руб., то сбытовые компании поставляют её потребителю по цене порядка 5 руб., без учёта налога на добавленную стоимость. Снижение стоимости электроэнергии повысит инвестиционную привлекательность тепличного дела.

Наряду с крупными тепличными комплексами, следует стимулировать создание малых тепличных хозяйств. Речь не идёт о парниках. Крупные тепличные комплексы имеет смысл строить вблизи крупных городов, предельно приближая производство к потребителю. Однако, вблизи крупных городов создание теплиц стоит заметно дороже, чем вблизи небольших населённых пунктов, хотя бы из-за высокой стоимости земли. Известно также, что в малых теплицах удаётся получить урожаи значительно выше (в 2 -2,5 раза), чем в больших. Если мы в наших расчётах примем урожайность огурцов 100кг/ м², то стоимость энергозатрат в малых теплицах снизится вдвое и составит 14 руб/кг. Появляется конкурентное преимущество. Сокращаются затраты на транспортировку продукции в эти самые малые города. Уменьшается риск больших потерь капитала. Из этого следует, что в такие комплексы охотнее придут инвестиции.

Немаловажным результатом такой политики станет улучшение качества жизни населения указанных территорий, создание новых рабочих мест.

Список использованных источников и литературы

1. Маслова В.В. Особенности инвестиционного развития в сельском хозяйстве на современном этапе //АПК: экономика, управление. – № 11. – 2012. – с.1-13.
2. Федеральная служба Государственной статистики (Росстат) // Инвестиции в России, 2011. – Статистический сборник. – М., 2011. – 303 с.
3. Россия в цифрах: краткий статистический сборник – М.: Государственный Комитет Российской Федерации по статистике (Госкомстат России), 2012. – С. 477-573.

4. Бор М.З., Денисов А.Ю. Инвестиции и инновации: словарь-справочник от А до Я. – М.: ДИС, 1998. – 208 с.
5. Борисенко Е.Н. Продовольственная безопасность России (проблемы и перспективы). – М.: Экономика, 1997. – С. 35-45
6. Словарь отдельных агроэкономических терминов. – Москва: Трансформ, 1999. – С. 16-17

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК НА БАЗЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ТОМСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Иванова В.М., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

За три года действия Федерального закона N 217, который разрешил бюджетным научным и образовательным учреждениям создавать малые инновационные предприятия (МИП), было создано около 1800 таких структур. И если в 2009 году средний доход одного предприятия составлял 800 тысяч рублей, то в 2012 году – 2,7 млн рублей.

ТПУ стал одним из первых университетов страны, быстро отреагировавших на Федеральный закон № 217 о создании малых инновационных предприятий при вузах. С момента вступления закона в силу в 2009 году количество таких компаний при университете постоянно растёт. За минувший 2012 год ТПУ пополнился девятью малыми инновационными предприятиями, на которых создано 27 новых рабочих мест. За 2012 год малые инновационные предприятия Томского политехнического университета заработали более 74 миллионов рублей. На сегодня в инновационном поясе вуза 80 стабильно работающих компаний, для информационной, юридической и бухгалтерской поддержки которых действует Ассоциация МИПов.

На развитие инфраструктуры инновационной деятельности и поддержку МИП ТПУ привлечены средства в объеме 85,185,1 млн. руб., в т.ч.:

- 42,942,9 млн. руб. по постановлению Правительства РФ №219;
- 2,92,9 млн. руб. по ФЦП и региональным инновационным программам;
- 12,712,7 млн. руб. по программе УМНИК Фонда Бортника;
- 20,320,3 млн. руб. от деятельности МИП, созданных по ФЗ №217, в т.ч. по программе СТАРТ 4,0 млн.руб.;
- 14,314,3 млн. руб. от деятельности Технологического инкубатора ТПУ.

Собственные средства ТПУ, направленные на развитие инновационной инфраструктуры, составили –15,215 млн. руб.

Привлеченные средства на развитие инновационной деятельности (включая поддержку МИП)

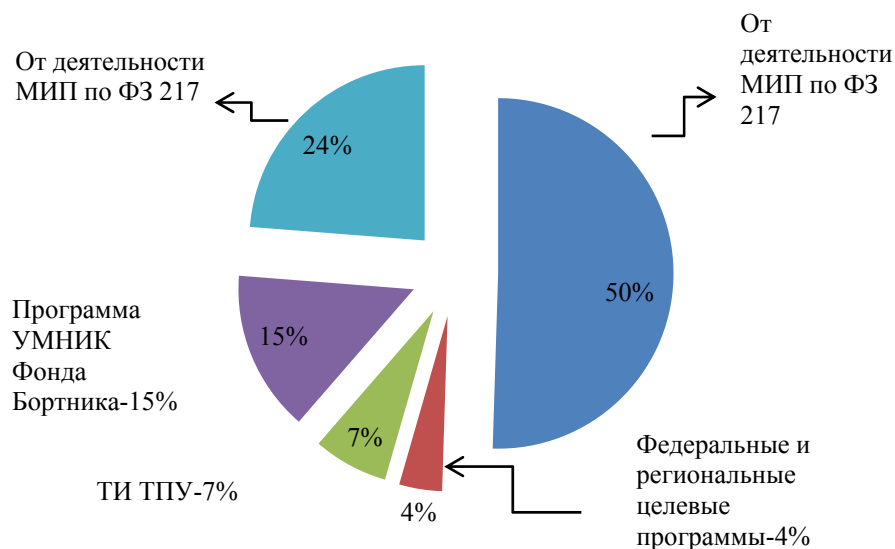


Рис. 1. «Привлеченные средства на развитие инновационной деятельности»

В университете ТПУ выстроена экосистема по созданию и поддержанию инновационной деятельности. Работа по оказанию услуг инновационной инфраструктуры ТПУ включает в себя ряд этапов, в процессе прохождения которых осуществляется полное сопровождение инновационной идеи –

от выявления и правовой охраны интеллектуальной собственности до оценки целесообразности реализации проекта, оценки его рыночных перспектив.

Университет оказывает полное сопровождение по созданию предприятия и его размещению. Отдельная задача – фандрайзинг. В условиях формирования рыночных отношений при снижении объемов государственного финансирования высших учебных заведений и обострения конкуренции на рынке образовательных услуг возникает необходимость развития альтернативных источников финансовых поступлений в вузы. Особое место среди них занимает привлечение благотворительной помощи от нескольких категорий жертвователей, в т.ч. выпускников и их родителей, друзей и единомышленников, благотворительных фондов и компаний. В университете в это понятие вкладывается более широкий, чем обычно принято, смысл, занимаясь привлечением финансовых средств под реализацию инновационных бизнес-проектов, в основном работая с различными фондами.

Экосистему для коммерциализации инновационных разработок в ТПУ можно представить в качестве следующей схемы [3]:

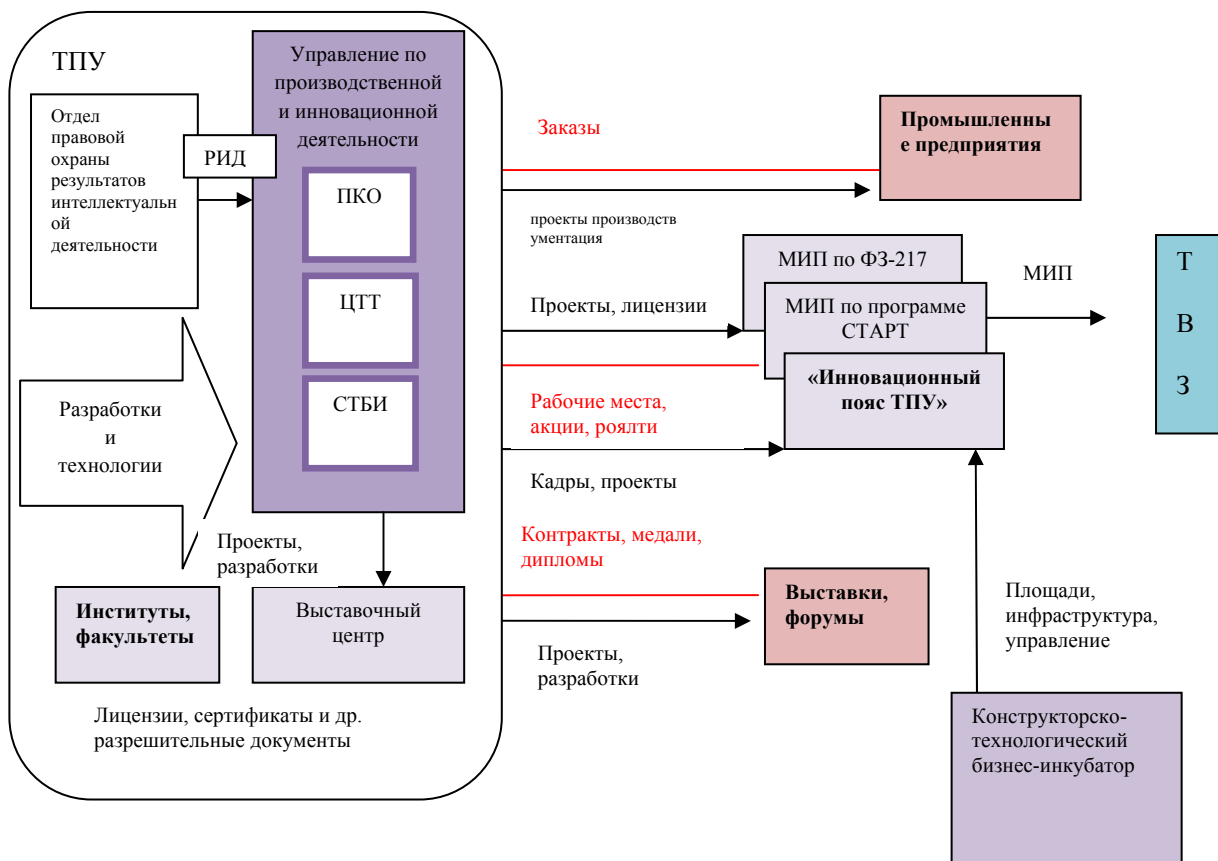


Рис.2. «Экосистема коммерциализации инновационных разработок в ТПУ»

В инновационную экосистему ТПУ входят следующие подразделения:

- ПКО – проектно-конструкторский отдел
- ЦТТ – центр трансфера технологий
- СТБИ – студенческий технологический бизнес инкубатор
- Выставочный центр
- Отдел правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности

Список использованных источников и литературы

1. Дегтярев Д.А. Эндаумент-фонды в образовательном фандрайзинге: мировой опыт и Россия// Российское предпринимательство. – М., 2009. – С. 72-79.
2. Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями. Учебник. Серия Университеты России. – М.: Юрайт, Высшее образование, 2009
3. Корпоративный портал Томского политехнического университета – URL: <http://portal.tpu.ru>
4. Министерство образования и науки Российской Федерации – URL: <http://минобрнауки.рф>

ФЕНОМЕН «ФИНАНСОВОЙ ПИРАМИДЫ» В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Кашапова Э. Р., аспирант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современная рыночная система – многоуровневая система экономических отношений между производителями и потребителями продуктов, основанная на достижении передовых производственных и инновационных технологий. Основной целью производителей в рамках данной системы является получение прибыли.

Следует отметить, что любая рыночная система успешно функционирует только в определенных правовых рамках, которые ориентированы на формирование единых правил для всех участников рынка, а также защиту частной собственности и экономической свободы субъектов хозяйствования.

Между тем появляется все больше мошеннических схем, построенных по принципу финансовой пирамиды. Чаще всего под финансовой пирамидой понимают схему организации инвестиционного бизнеса, в которой доход инвесторам выплачивается за счет вложений все новых участников [1]. Организация функционирует на принципе приоритета первого вкладчика. На первом этапе происходит прием вкладов граждан. При этом организаторы пирамиды гарантируют вкладчикам высокие проценты и, собрав определенную сумму денежных средств, выплачивают часть дохода участникам. Со временем привлекать дополнительных вкладчиков в пирамиду становится все труднее. В итоге произвести обещанные выплаты последним вкладчикам не представляется возможным [2].

Особо настораживает, что все больше подобных иерархических структур появляется в интернете. Кроме того, финансовые пирамиды активизируются с определенной периодичностью.

Первая финансовая пирамида появилась во Франции в начале 18 века и нанесла огромный ущерб всему населению страны. Основателем данной пирамиды был Дж. Ло. Вслед за Францией финансовые махинации затронули Англию, где создавались авантюристические компании, собиравшие деньги граждан под обещания фантастических доходов.

В США финансовая пирамида была организована в 1920-х годах американцем итальянского происхождения Ч. Понци и получила название «схема Понци». Принцип действия «схемы Понци» лег в основу многих финансовых пирамид, которые были созданы впоследствии. В России и в странах СНГ финансовые пирамиды стали создаваться в переходный период, в середине 1990-х годов, вызванные сменой политической и экономической системы [3]. В качестве основных причин возникновения финансовых пирамид в России в 1990-х гг. выделяют следующие [1]:

- отсутствие опыта поведения в рыночной экономике;
- утрата доверия к финансовым институтам, связанной с обесценением сбережений и высокой инфляцией;
- резкое ухудшение экономической и социальной ситуации в стране;
- иллюзия высокой привлекательности финансовых схем, построенных по принципу пирамид;
- нейтральная реакция государственных институтов;
- чрезмерная доверчивость неопытного населения, склонность к риску;
- бурное развитие финансового рынка.

Начиная с 1920-х гг. подобные пирамидальные схемы запрещены законодательно в большинстве развитых стран. Но, несмотря на это, финансовые пирамиды продолжают появляться и сегодня. Одним из примеров из мировой практики, можно выделить пирамиду Б. Мэдоффа (США). Имея авторитет и безупречную репутацию, Б. Мэдофф представил построенную пирамиду надежным инвестиционным бизнесом с гарантированным доходом (вне зависимости от состояния финансового рынка). Финансовая пирамида рухнула в разгар экономического кризиса, затронув банковский сектор, промышленное производство в США. От деятельности пирамиды пострадали крупнейшие банки и инвестиционные фонды мира, частные инвесторы [1]. В современных условиях в России также стали появляться финансовые пирамиды: «МММ-2011», «МММ-2012».

Таким образом, можно заметить, что финансовые пирамиды появляются не только в период экономического спада, но и при росте экономики, когда растут доходы населения. Однако, не всегда «финансовая пирамида» и «мошенничество» синонимы. Такая ситуация может возникнуть из-за ошибки, допущенной при расчете долгосрочного проекта.

Рассматривая специфику финансовых пирамид, следует обратить внимание на поведение инвесторов, вкладывающих свои сбережения в подобные схемы. Большинство людей сегодня живут не по средствам, используя различного рода кредиты для расширения потребительских возможностей, таким образом, создавая основу для распространения финансовых пирамид. Ведь деятельность мошеннических схем была бы не возможна, если бы миллионы людей не инвестировали в них свои денежные средства, с целью получения высокого дохода.

Большинство исследователей, занимающихся изучением финансовых пирамид, рассматривают подобные схемы с точки зрения иррационального поведения большого количества вкладчиков [4;5]. Свойственное человеку желание быстро разбогатеть подталкивает к участию в подобных иерархических структурах, не задумываясь о последствиях. А.В. Белянин, О.Г. Исупова [6] строят математическую

модель исходя из интересов участников финансовых пирамид, которых делят на два типа – «мудрствующие» и «наивные» индивиды. Д.А. Вавулин [1] также выделяет несколько групп людей участвующих в финансовых пирамидах: первая – знающие, что инвестируют в финансовую пирамиду, чаще всего, они приходят на начальных этапах, получают доход и выходят из нее; вторая – не имеющие представления о том, что участвуют в финансовой пирамиде, надеются на получение дохода, даже после сокращения числа привлекаемых инвесторов. Третья группа – доверчивые вкладчики: пенсионеры, инвалиды. Именно эта категория населения в наибольшей степени страдает от финансовых пирамид.

Крах финансовой пирамиды приводит к негативным социальным, политическим и экономическим последствиям. Например, после обрушения финансовой пирамиды в Албании в 1997 г. начались массовые восстания [9]. Население, участвующее в финансовых пирамидах и потерявшее все свои сбережения, теряет доверие к легальным финансовым институтам.

В заключение необходимо отметить, что финансовая пирамида часто является инструментом мошенничества и обмана. Их действия подрывает доверие к финансовому сектору, формирует негативное отношение у пострадавших вкладчиков к государству, которое не защитило права и интересы инвесторов. Все это приводит к снижению инвестиций в реальный сектор экономики. Поэтому в современных условиях необходимо уделять внимание схемам, построенным по принципу финансовых пирамид, разрабатывать надежные индикаторы финансового состояния на рынке, с целью оперативного предотвращения негативного воздействия пирамид. На сегодняшний день основным инструментом, используемым для борьбы с финансовыми пирамидами, является проведение семинаров среди населения для повышения финансовой грамотности. Кроме того, Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР) регулярно проводит мониторинг организаций для выявления компаний, имеющих признаки финансовых пирамид.

Список использованных источников и литературы

1. Вавулин Д.А. Финансовые пирамиды: понятие, механизм функционирования, примеры из мировой и отечественной практики, трансформация в условиях финансового кризиса / Д.А. Вавулин, В.Н. Федотов // *Финансы и кредит*. – 2009. – № 29 (365). – С. 56-61.
2. Ценова Т.Л. О проблеме финансовых пирамид // *Теория и практика общественного развития*. – 2011. – №7. – С. 252-254.
3. Аникин А.В. История финансовых потрясений. От Джона Ло до Сергея Кириенко. – М.: Олимп-бизнес, 2000. – 318 с.
4. Радаев В.В. Уроки «финансовых пирамид», или что может сказать экономическая социология о массовом финансовом поведении [Электронный ресурс] – URL: <http://www.club.fom.ru/books/mr202radaev.pdf> (Дата обращения 26.11.2012)
5. Киндлбергер Ч., Алибер Р. Мировые финансовые кризисы. Мании, паники и крахи. – СПб.: Питер, 2010. – 544 с.
6. Белянин А.В. Финансовые пирамиды» в переходной экономике с точки зрения теории игр / А.В. Белянин, О.Г. Исупова // *Российская программа экономических исследований: научный доклад*. – 2000. – №10. – 77 с.
7. Горловская И.Г. Финансовые пирамиды: понятие, признаки, проблемы / И.Г. Горловская, И.И. Гимадиева // *Вестник Омского университета. Серия «Экономика»*. – 2011. – №3. – С. 166-171.
8. Белицкий В.Ю. Формирование понятия мошенничества, совершенных по принципу «финансовых пирамид» // *Известия Алтайского государственного университета*. – 2010. – №2. – Т.1. – С. 73-76.
9. Jarvis C. The rise and fall of Albania's pyramid schemes // *Finance & Development*. – March 2000. – p. 46-49.

СОЗДАНИЕ И НАЧАЛЬНЫЙ ЭТАП ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКОГО ТИПА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.

Данилкина А.А., Ким Л.О., студенты

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Становление рыночной экономики в России стимулировало развитие новых форм организации производства, одной из которых является особая экономическая зона (ОЭЗ). ОЭЗ представляет собой часть территории страны, где государство устанавливает особый режим управления, наиболее благоприятный для деятельности иностранных и отечественных предпринимателей, для привлечения внешних и внутренних инвестиций. В 2005 году статус особых экономических зон было присвоено 13 территориям, в том числе Томской области [6]. Развитие Томской экономической зоны особо важно: с одной стороны это повысит конкурентоспособность области, способствует развитию международных связей, а с другой – реализация такого крупного проекта обеспечит строительство новых дорог и современных микрорайонов с развитой инфраструктурой, появление новых рабочих мест. В целом это способствует развитию Сибири, привлекая сюда инвестиции и новые технологии.

Основными целями данной работы являются: выявление причин, по которым Томская область явилась плацдармом для развития такой мощной структуры, как ОЭЗ; выявление основных характеристик и особенностей функционирования ОЭЗ на территории ТО.

Географическое расположение Томской области может показаться не очень привлекательным: область является географическим центром РФ, но она находится как вдалеке от европейской части России – центра политической и экономической жизни, так и от основных мировых центров. В действительности это компенсируется ресурсами, которыми обладает Томская область. В первую очередь это природные ресурсы, такие как нефть и газ, железные руды, торф и древесина.

В 2002 году в Томской области была поставлена задача формирования инновационной системы. Здесь впервые в стране принимается инновационная стратегия развития региона, которая обеспечивает увеличение финансирования секторов науки и образования в 1.5 раза, появление новых рабочих мест. В стратегии развития Томской области до 2020 год делается упор на развитие [8]:

- Информационных технологий, биотехнологии, научно-образовательного комплекса, электротехники и приборостроения;

- Нефтегазового сектора, атомного сектора, пищевой промышленности, машиностроения;

- Промышленного комплекса, газонефтехимического сектора, сельского хозяйства.

Включение в ряд с такими важными секторами, как пищевого и промышленного, научно-образовательный и приборостроение секторы привлекает внимание.

Активно развивается в г. Томске научная деятельность. НИ ТГУ, НИ ТПУ, ТУСУР, СибГМУ, ТГАСУ, ТГПУ – высшие учебные заведения, в которые съезжаются молодые исследователи со всей страны и зарубежья. Здесь сосредоточен широкий штаб квалифицированных преподавателей и научных сотрудников. Вследствие обширной научной деятельности в университетах, Томская область имеет высокоразвитый инновационный комплекс.

Кроме того из стен университетов выходят высококвалифицированные специалисты, которые готовы участвовать в научной и производственной деятельности. Соответственно, Томская область обеспечена квалифицированными трудовыми ресурсами.

Томская область заявляет себя, как регион, открытый для международного сотрудничества, которое направлено интеграцию научно-образовательного сообщества в международную среду, поддержку малого и среднего бизнеса, модернизацию городской инфраструктуры, расширению культурных связей. Сегодня Томские предприятия экспортируют свою продукцию более чем в 60 стран. Налажено стабильное партнерство с рядом иностранных государств, в частности с Германией, США, Великобританией, Китаем, Кореей.

Отдалённость от мировых центров компенсируется развитием транспортного сектора. Автомобильный транспорт развит на юге Томской области. Через Томск проходит федеральная трасса Москва-Владивосток. Томская железная дорога выходит на Транссибирскую железнодорожную магистраль. Важную роль играют водные пути, так как только через них осуществляется сообщение с северными, нефтедобывающими районами и городами. Воздушный транспорт обслуживает в основном пассажирскую перевозку. А в 2010 г Распоряжением Правительства РФ № 577-р аэропорту «Богашёво» присвоен статус международного, что будет способствовать развитию Томской области и создавать удобные условия для инвесторов [5].

Кроме того, политическая и экономическая ситуация в области достаточно стабильна, например в 2013 г. Томская область вошла в 1-ую десятку рейтинга социально-политической устойчивости российских регионов (исследования фонда «Петербургская политика»).

Таким образом, с одной стороны мы видим географическую отдалённость области, а с другой весь комплекс положительных факторов способствовал победе Томской области в 2005 г. в правительственном конкурсе на право создания Особой экономической зоны (ОЭЗ) технико-внедренческого типа, 3 из 4 зон этого типа расположились в европейской части нашей страны. ОЭЗ создана в соответствие с Постановлением Правительства от 21.12.2005 №783 и трёхсторонним соглашением о создании на территории г. Томска ОЭЗ технико-внедренческого типа (Правительство РФ, Администрация Томской области, Администрация г.Томска) [9]. Таким образом, эта победа стала подтверждением научного и экономического потенциала, который есть у Томской области.

Что же понимается под понятием технико-внедренческая деятельность? Это создание, производство и реализация научно-технической продукции, оказание услуг по её внедрению и обслуживанию. Деятельность ОЭЗ осуществляется по 3 направлениям:

- Информационно-коммуникационные и электронные технологии (разработка и экспериментальное производство программно-аппаратных средств организации цифрового телевидения, разработка радиотехнических систем, разработка программного обеспечения, разработка и внедрение программных и аппаратных комплексов по автоматизации технологических процессов и др.);

- Технологии производства новых материалов и нанотехнологии (создание наноматериалов, разработка нанобиотехнологии, разработка наноинженерии и наносистемной техники и др.);

• Биотехнологии и медицинские технологии (медицинские биотехнологии, биологически активные вещества и лекарственные субстанции, медицинское приборостроение, сельскохозяйственные биотехнологии, промышленные биотехнологии и др.).

К созданию и разработке плана строительства СЭЗ и его концепции был привлечён мировой опыт: в нём приняли участие специалисты из Сингапура, Германии, США, Великобритании. С 2011 года управляющей компанией томской ОЭЗ является Сингапурская компания Jugong Consultants.

Изначально срок действия ОЭЗ был равен 20 годам, то есть до 2025 г, теперь же его продлили до 2055 г., что по мнению О.Костина – ген. директора ОАО «ОЭЗ» – увеличит инвестиционную привлекательность зоны и позволит резидентам максимально реализовать свои проекты [7].

Мировой опыт показывает, что для успешного развития и функционирования ОЭЗ необходимо обеспечить ряд экономических и социальных условий. Для резидентов ОЭЗ были предоставлены некоторые льготы. В связи с необходимостью принятия льготных условий для резидентов ОЭЗ были внесены поправки в законы ТО: «О внесении изменений в Закон Томской области «О транспортном налоге» от 13.03.2006 № 41-03, «О внесении изменений в статью 4 Закона ТО «О налоге на имущество организаций». От 13.03.2006 «39-03, «О предоставлении льготы по налогу на прибыль организаций резидентам ОЭЗ технико-внедренческого типа» №30-03 от 13.03.2006 и др.:

- Освобождение от уплаты транспортных налогов в течение 10 лет;
- Освобождение от уплаты налогов на имущество сроком на 10 лет.
- Освобождение от уплаты земельного налога сроком на 5 лет.
- Налог на прибыль в части, зачисляемой в бюджет РФ, установлен в размере 13.5% (вместо 20%) сроком на 10 лет;
- Взносы в социальные фонды равен 14 % (вместо 30%)

Кроме того на территории действует режим свободной таможенной зоны, что позволяет уменьшить время и затраты при оформлении грузов и их получении. Таможенные пошлины на взимаются.

По оценкам Минэкономразвития, все эти льготы способны снизить издержки инвесторов почти на 30%.

Также на территории, прилегающей к особой экономической зоне, планируется разместить жилой микрорайон (768 тыс. м²), для того, чтобы обеспечить современным жильем персонал предприятий, уменьшая тем самым транспортные и временные затраты. Также для резидентов планируется строительство коттеджей вдоль набережной реки Ушайки.

Создание СЭЗ подразумевает занятие обширной территории площадью 198 га. Зона разделена на 2 участка: южная площадка и северная. Обе площадки находятся в зоне комфортного доступа.

Южная площадка

Площадь – 192,4 га расположена в восточной части г. Томска в районе Академгородка, рядом с территорией Томского научного центра Сибирского отделения Российской академии наук (ТНЦ СО РАН).

Центром площадки является Административно-выставочный комплекс, состоящий из 3-х зданий: административно-делового центра с гостиницей и выставочного здания.

В западной части территории располагается Центр инноваций и технологий – комплекс зданий, в котором предполагается размещение резидентов, работающих по направлениям: нанотехнологии и новые материалы, пучково-плазменные технологии, упрочняющие и защитные технологии. В южной части находится Инженерный центр для размещения резидентов, работающих по направлению IT технологий. Комплекс зданий для резидентов, работающих в сфере биотехнологий, располагается в восточной части территории.

В 2011 г. А. Барышев (генеральный директор ОАО «Особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Томск») отметил, что все инженерные и дорожные инфраструктуры на южной площадке построены полностью.

В 2012 г. здесь появилось ещё 7 объектов: лабораторный корпус, технико-внедренческий центр, объекты таможенной инфраструктуры.

Сейчас мэрия г. Томска планирует строительство дороги в аэропорт из Академгородка.

Северная площадка

Размер северной площадки составляет 14,6 га, располагается она в районе Томского нефтехимического комбината. Основное предназначение этой площадки – это размещение производственных мощностей и инновационных компаний.

Реализация проекта на территории ТНХК экономически оправдано тем, что на расположенной рядом площадке ООО «Томскнефтехим», имеется необходимая инженерно-транспортная инфраструктура (подъездные пути; установки воздуходеления, водоподготовки и водоснабжения; котельная с выработкой пара и горячей воды, склады приема и хранения химреагентов, сырья и готовой продукции и т. д.), что позволит значительно снизить объём капиталовложений.

На данном этапе здесь в основном идёт строительство объектов для нужд резидентов (административное здание, столовая, сети электро-водоснабжения, дороги, автостоянки, объекты таможенной инфраструктуры).

Руководством и управлением ОЭЗ по России осуществляет ОАО «РОСОЭЗ». В Томске сформировано дочернее предприятие ОАО «Особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Томск»». Сформирован Координационный совет под руководством Губернатора, который не менее 2-х раз в месяц детально анализирует развитие проекта. С 2009 года действует Ассоциация резидентов особой экономической зоны «Томск» (руководитель Краковский В.А.).

В настоящее время подготовлены необходимые мероприятия по формированию резервного участка (68 га) ОЭЗ. Зарегистрированы земельные участки для строительства жилья и объектов социально-культурного назначения общей площадью 78 га. Завершены инженерно-геологические и топогеодезические изыскания, позволяющие проводить проектные и монтажные работы.

На площадках решены вопросы энергоснабжения, водо- и газоснабжения, водоотведения объектов особой экономической зоны и прилегающей территории. В 2012 г. закончилось строительство инфраструктуры. В мае 2013 планируется открыть новый корпус на Южной площадке-центр биотехнологий.

Объем ввезенных импортных товаров резидентами томской ОЭЗ в январе-сентябре 2011 года увеличился на 66,7% до 25 миллионов рублей. В 2012 году объем таможенных льгот в первом полугодии составил 9,2 млн. руб, что на 7,3 млн. руб. больше чем в 2011г. Основными инвесторами являются компании из США, Германии, Китая, Норвегии, Финляндии, Республики Корея, Сингапура и Австралии. Например, в 2011 г. был подписан меморандум о взаимопонимании между технопарком г.Ульсан (республика Корея) и томской ОЭЗ, где говорится о взаимной консультации и строительстве предприятий.

Проводятся изменения и в законодательстве, в феврале 2013 г. был расширен спектр разрешённой деятельности на территории ОЭЗ и упрощена система получения статуса резидента для малых компаний.

Создано более 1000 рабочих мест.

Распространены предприятия с участием российского и иностранного капитала, так при сотрудничестве РФ и Германии в 2012 г. началось первое в России производство имплантантов на основе биотехнологий. 80 % этой продукции идёт на экспорт в США, Бразилию, Японию, Китай, Индию.

Резиденты прибавляются, в 2011 г. их число увеличилось на 5, сейчас же их 61, среди них 13 проектов с участием иностранного капитала.

На площадках продолжается строительство, формирование производственной базы, но уже сейчас функционируют резиденты, а некоторые уже добились положительных результатов и расширяют производство. Например, ООО «НПП «Стелс» к 2014 году планирует построить собственный корпус на территории СЭЗ общей площадью 3 тыс. м².

О результатах деятельности резидентов может говорить и такой факт: в 2012 году Инновационная компания «Элком +» приняла участие в крупнейшей международной выставке в области телекоммуникационных технологий «International Wireless Communications Expo», где их разработками заинтересовались зарубежные инвесторы, а сейчас их оборудование применяется в ОАО «Газпром».

Таким образом, можно сказать, что то, что делается на площадках томской экономической зоны пока мало заметно рядовому гражданину, но зона живёт своей жизнью, она активно развивается. Конечно, нельзя сказать, что она вышла на уровень западных ОЭЗ, ведь она ещё совсем молодая, но развитие в этом направлении идёт. В 2011 г. председатель СФО (Сибирский федеральный округ) В.Толоконский отмечал: «ОЭЗ в России немного, а успешно развивающихся, таких, как в Томске, буквально единицы». А то, что результаты деятельности резидентов томской СЭЗ замечают на мировом уровне, определённо говорит об успехах.

Список использованных источников и литературы

1. «Золотые проекты» Томской области. – Томск, 2008.
2. Внешние связи Томской области. Администрация Томской области. – Томск, 2012. – URL: <http://www.tomsk.gov.ru/ru/spravka-o-regione/vneshnie-svjazi/#russia>
3. Ганай Е.В. Изменения в законодательстве Томской области по инновационной деятельности // Новости инновационных технологий. – 2008. – №5. – С. 13-18.
4. Особая экономическая зона технико-внедренческого типа, г. Томск. Официальный портал МЛ «Город Томск». – Томск, 2007 – URL: http://www.admin.tomsk.ru/pages/admin_subdiv_aig_projects_3
5. Прец, В.А. Особая экономическая зона технико-внедренческого типа // X Всесибирский инновационный форум: сб. статей. – Томск, 2007. – С. 105 -110.
6. РОСОЭЗ. Особые Экономические Зоны. – Москва, 2007-2012. – URL: <http://www.russez.ru/oez/innovation/tomsk/tomsk/>
7. Срок действия особой экономической зоны «Томск» продлён до 2055 года. НИА – Томск. – Томск, 2013. – URL: <http://www.70rus.org/more/23925/>
8. Стратегия развития Томской области до 2020 года. – Томск, 2007. – URL: http://strategia.tomsk.ru/socialno_ekonomicheskoe_razvitie.html

9. Томская особая экономическая зона. Инвестиционный паспорт Томской области. – Томск, 2013. – URL:http://www.investintomsk.com/gla/investicionnye_vozmozhnosti/tomskaya_osobaya_ekonomicheskaya_zona/#.ULcNiIaaXEA

РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Климова В.С., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Концептуальная основа анализа конкурентов базируется на общей методологии экономического анализа и приемах проведения маркетинговых исследований. В соответствии с общеметодологической основой к наиболее важным программно – методологическим вопросам конкурентного анализа могут быть отнесены:

1. определение целевых установок и методологических принципов анализа;
2. идентификация объекта и предмета конкурентного анализа;
3. нахождение форм, способов и источников получения исходной информации;
4. установление совокупности методов проведения анализа;
5. разработка системы аналитических показателей;
6. определение направлений использования аналитических результатов.

Термин «методология» в настоящее время используется чаще всего в двух довольно близких друг к другу смыслах: методология – это совокупность методов какой-либо науки или учение о научных способах познания. Однако эти трактовки представляются неполными и недостаточными. Так, изначально методология определялась в качестве системы наиболее общих принципов, положений и методов, составляющих основу той или иной науки (от греч. Methodos – исследование + Logos – учение) [1]. Здесь самым важным является, во-первых, указание на системный характер методологии и, во-вторых, включение в ее состав основополагающих принципов и положений.

Конкуренция – это соперничество участников рынка в сфере производства и сбыта товаров и услуг [2]. Это состязательность, напряженная борьба юридических или физических лиц за покупателя, за свое выживание в условиях действия жесткого закона конкуренции как объективного процесса «вымывания» некачественных товаров и услуг в рамках антимонопольного законодательства, соблюдения Закона «О защите прав потребителей» [3].

Проблема оценки конкурентоспособности предприятия является сложной и комплексной, поскольку конкурентоспособность складывается из множества самых разных факторов. Однако эта оценка необходима предприятию для осуществления ряда мероприятий, таких как выработка основных направлений по созданию и изготовлению продукции, пользующейся спросом; оценка перспективы продажи конкретных видов изделий и формирование номенклатуры; установление цен на продукцию и т. д. В настоящее время методология и методика проведения оценки не являются достаточно разработанными. Сложность категории конкурентоспособности обуславливается многообразием подходов к ее оценке.

Среди основных методов анализа в экономической литературе выделяются следующие:

- 1) горизонтальный анализ, или анализ тенденций, при котором показатели сравниваются с такими же за другие периоды;
- 2) вертикальный анализ, при котором исследуется структура показателей путем постепенного спуска на более низкий уровень детализации;
- 3) факторный анализ – анализ влияния отдельных элементов конкурентоспособности предприятия на общие экономические показатели;
- 4) сравнительный анализ – сравнение исследуемых показателей с аналогичными среднеотраслевыми или с аналогичными показателями конкурентов.

Как правило, в экономической литературе выделяются следующие методы оценки конкурентоспособности предприятия:

- 1) оценка с позиции сравнительных преимуществ;
- 2) оценка с позиции теории равновесия;
- 3) оценка исходя из теории эффективности конкуренции;
- 4) оценка на базе качества продукции;
- 5) профиль требований;
- 6) профиль полярностей;
- 7) матричный метод;
- 8) SWOT-анализ;
- 9) построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности».

Необходимо отметить, что вышеперечисленные методы оценки конкурентоспособности предприятия однонаправлены: один метод учитывает резервы в использовании факторов производства, другой – стоимость этих факторов, следующий – качество продукции. На наш взгляд,

конкурентоспособность предприятия надо оценивать комплексно по всем критериям и направлениям деятельности.

Метод экспертных оценок основан на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятностях риска. Интуитивные характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения.

Суть экспертных методов заключается в организованном сборе суждений и предположений экспертов с последующей обработкой полученных ответов и формированием результатов.

Существует масса методов получения экспертных оценок. В одних с каждым экспертом работают отдельно, он даже не знает, кто еще является экспертом, а потому высказывает свое мнение независимо от авторитетов. В других – эксперты собирают вместе, при этом эксперты обсуждают проблему друг с другом, учатся друг у друга, и неверные мнения отбрасываются. В одних методах число экспертов фиксировано, в других – число экспертов растет в процессе проведения экспертизы.

Оценка конкурентоспособности предприятия представляет собой сложную многофакторную задачу, которая чаще всего сводится к выявлению наиболее значимых количественных показателей конкурентоспособности и к их последующему обобщению. Действительно, любой объект – это не что иное, как набор показателей качества, при изменении которых происходят количественные и качественные перемены в самом объекте. Применяемый метод нахождения обобщенного показателя конкурентоспособности должен соответствовать весьма многочисленным квалиметрическим требованиям [4].

Большинство методов оценки конкурентоспособности предприятий основаны на применении различных коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т.д. [5]. Так, в качестве основных показателей конкурентоспособности фирмы могут быть приняты: экономический потенциал и эффективность деятельности, уровень управления, производственный и сбытовой потенциалы, научно-исследовательский потенциал, финансовое положение, репутация фирмы, ее рыночная стратегия, инновационная деятельность, состояние и квалификация трудовых ресурсов [4].

Для оценки конкурентоспособности предприятия предлагается также выбирать систему показателей эффективности производственной деятельности предприятия (1), финансового положения предприятия (2), эффективности организации сбыта и продвижения товара (3), конкурентоспособности товара (4) и эффективности инновационного проекта (5). Синтез локальных показателей конкурентоспособности производится методом теории желательности [6]. При этом общий показатель конкурентоспособности предприятия рассчитывается в виде средней геометрической взвешенной.

Так, объединяемые в единое целое экономический потенциал и эффективность деятельности фирмы характеризуют соответственно потенциально возможную и фактически реализованную конкурентоспособность. Происхождение этой ошибки вполне объяснимо: стремление охватить, объединить в один показатель как можно больше граней и сторон весьма сложного явления. Но от понимания ее источника измерительная ошибка не перестает быть ошибкой.

Для обеспечения требований системного подхода к оценке изучаемого сложного явления представляется целесообразным выделение, идентификация и измерение следующих видов и адекватных им уровней конкурентоспособности предприятия:

- фактически реализованный уровень конкурентоспособности предприятия;
- потенциально возможный уровень конкурентоспособности предприятия;
- перспективный (прогнозный) уровень конкурентоспособности предприятия.

Перспективный (прогнозный) уровень конкурентоспособности предприятия определяется следующими ожидаемыми параметрами его деятельности:

- качеством ресурсов всех видов в прогнозируемом периоде
- ожидаемым уровнем их использования
- реально достижимым уровнем качества профильной продукции предприятия
- ожидаемой эффективностью всех видов деятельности
- прогнозируемым уровнем финансовой устойчивости
- инновационной активностью предприятия
- другими существенными условиями его деятельности

В заключении хотелось бы отметить, что проблема оценки конкурентоспособности предприятия является сложной, поскольку конкурентоспособность складывается из множества самых разных факторов. Однако эта оценка необходима предприятию для осуществления ряда мероприятий. В настоящее время методология и методика проведения оценки не являются достаточно разработанными. Сложность категории конкурентоспособности обуславливается многообразием подходов к ее оценке. В ходе проделанной работы было установлено, что назрела необходимость внесения изменений в развитие методологий, приведение их в соответствие с существующими реалиями экономики.

Список использованных источников и литературы

1. Словарь по общественным наукам Глоссарий.ру [Электронный ресурс] –URL: <http://slovari.yandex.ru/search.xml?text>.
2. А.Н. Азрилияна. Малый экономический словарь / Под ред. – М.: Институт новой экономики, 2003. – С. 337.
3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. – 2-е изд., доп. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2004. – С. 115.
4. Азгальдов А.А. Проблема согласования оценок и ее возможное решение // Вопросы оценки. – 2004. – № 4.
5. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4.
6. Щегорцов В.А., Таран В.А. Маркетинг. – М.: Юнити, 2005.
7. Ильшев А.М., Селевич Т.С. Текущий конкурентный анализ в транзитивной экономике: Научное издание. – Екатеринбург: Издательство Уральского государственного технического университета – УПИ, 2006. – 336 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ РОССИИ И ПОЛЬШИ

Козлова А.М., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В данной статье были рассмотрены банковские системы России и Польши. Проведен анализ процентных ставок по кредитам и вкладам данных стран. Сделан вывод о различии стоимости кредитных продуктов.

Россия и Польша – страны постсоветского пространства. Формирование в них рыночной экономики началось примерно в одно время. Современная рыночная экономика немыслима без разветвленной, гибкой и многообразной системы кредитных отношений, которые наряду с финансами способствуют ускоренной мобилизации средств для экономики, повышению ее конкурентоспособности, усилению динамизма всех экономических процессов.

Целью данной работы является выявление показателей, по которым банковская система России уступает польской. Также провести сопоставление банковских систем для того чтобы, проанализировав опыт Польши, дать оценку банковской системе России, которая существует в настоящее время.

Современная банковская система России имеет двухуровневую структуру. Она включает в себя Банк России, который представляет собой верхний уровень банковской системы, и кредитные организации, филиалы и представительства иностранных банков – второй уровень. Таким образом, банковская система Российской Федерации включает в себя Банк России, российские кредитные организации, а также представительства и дочерние компании иностранных банков. Согласно изменениям, из законов «О банках и банковской деятельности», «О валютном регулировании и валютном контроле» исключаются понятия филиалов иностранных банков. В новом законе говорится, что зарубежные финансовые организации могут работать в России только с помощью дочерних предприятий и представительств. Действующим законодательством предусмотрено ограничение на участие иностранного капитала в российской банковской системе, которое устанавливается по предложению правительства РФ, согласованному с Банком России [2].

Количество банков в России за последние годы постепенно снижается. Это подтверждает заключения экспертов, которые уже давно говорят, что в ближайшие годы в России останется около 500 – 600 банков. Количество банков на 01.01.2013 года составило 956 (Из них крупнейших – 5), за год произошло сокращение на 22 банка. А количество банков за последние 6 лет (с 2007 по 2013 годы) сократилось уже на 180 банков [1].

Исходя из статьи 11 Федерального закона «О банках и банковской деятельности» (с дополнениями) следует, что:

- Минимальный размер уставного капитала банка на день подачи ходатайства о государственной регистрации и выдаче лицензии на осуществление банковских операций устанавливается в сумме 180 миллионов рублей.

- Минимальный размер уставного капитала вновь регистрируемой не банковской кредитной организации, ходатайствующей о получении лицензии, предусматривающей право на осуществление расчетов по поручению юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам, на день подачи ходатайства о государственной регистрации и выдаче лицензии на осуществление банковских операций устанавливается в сумме 90 миллионов рублей.

- Минимальный размер уставного капитала вновь регистрируемой не банковской кредитной организации, не ходатайствующей о получении такой лицензии, на день подачи ходатайства о государственной регистрации и выдаче лицензии на осуществление банковских операций устанавливается в сумме 18 миллионов рублей.

На 01.01.2013 года только 671 банк имел уставный капитал, который соответствует требованиям ЦБ или близок к этому, что составляет 70,19 % от общего количества банков.

Ставка рефинансирования это один из главнейших показателей, который показывает стоимость и доступность денег для банков. Ставка рефинансирования, как правило, влияет на ставки по вкладам и кредитам в остальных банках страны. Уменьшение ставки рефинансирования позволяет кредитным организациям снижать ставки по кредитам населению и коммерческим организациям. Чем ниже ставка рефинансирования, тем ниже ставки по кредитам, тем доступнее кредиты для всех, тем лучше развивается экономика страны. На данный момент в России ставка рефинансирования составляет 8,25%. [3].

В настоящее время услуги банков России представлены широким спектром. Как правило, банки предлагают услуги для частных лиц и для организаций (физических и юридических лиц). Для частных лиц банки предлагают такие услуги, как валютный обмен, кредит наличными, кредитные карты, автокредиты, ипотечное кредитование, краткосрочные и долгосрочные депозиты, сберегательные вклады.

Для организаций банки предоставляют различные услуги, такие как обмен валюты, микрокредиты, лизинг, факторинг, кредитование предприятий, различные виды депозитных вкладов, интернет-банкинг, расчетно-кассовое обслуживание [4].

Рассмотрим процентные ставки по кредитам и вкладам на примере Сбербанка России, как крупнейшего представителя банковской системы России.

Кредитные продукты:

- потребительские кредиты: 17,0–25,50% (в валюте 14,0–25,50%);
- жилищное кредитование: 9,50–12,0% с первоначальным взносом от 10%;
- автокредитование: 13,50–16,0% с первоначальным взносом от 15%.

Вклады:

- срочные вклады: 5,15–8,75% (в долларах США: 1,35–4,0% , в евро: 1,25–4,50%);
- сберегательные сертификаты: 0,01–10,50% [5].

Проведем сравнение банковской системы России с банковской системой Польши. Правовая основа польской банковской системы заложена в законе «О Национальном банке Польши» и законе «О банках». Национальный банк Польши (НБП) исполняет обязанности центрального банка. Банковская система Польши является двухуровневой. Имеются представительства и филиалы иностранных банков. На сегодняшний день участие иностранного капитала в акционерном капитале банковского сектора Польши составляет более 60%. Согласно данным Национального банка Польши, крупнейшие инвестиции в польском банковском секторе были произведены немецкими, американскими, бельгийскими и голландскими финансистами.

Большинство банков в Польше являются универсальными: занимаются как кредитованием предприятий, так и обслуживанием вкладов населения. Польские банки вовлечены в различные типы депозитной и финансовой деятельности и предлагают широкую палитру банковских услуг для коммерческих организаций и населения. Некоторые банки ведут инвестиционную деятельность, например, гарантируя выпуск облигаций или акций, либо предлагая консультационные услуги. Ставка рефинансирования в Польше составляет 3,25%, что меньше российского показателя в 2,5 раза [6].

В Польше действуют около 700 банков, из них 71 местный. Банки располагают почти 1 тыс. 300 своих филиалов. Ведущие и более мелкие коммерческие банки Польши предлагают свои услуги через Интернет. Ряд банков предоставляет своим клиентам возможность производить операции посредством обычных и мобильных телефонов с использованием технологии «WAP» или телетекста. Более того, на рынке уже существуют виртуальные банки.

Клиенты всех банков в Польше, образованных и действующих в соответствии с польским законодательством, защищены системой страхования депозитов – Банковским гарантийным фондом (Bankowy Fundusz Gwarancyjny), – образованным в ноябре 1994 года. Дополнительно Национальный банк Польши осуществляет защиту сбережений в таких банках путем строгого надзора и назначения своих управляющих при выявленных финансовых затруднениях [7].

Условия кредитования в банках Польши могут различаться, но основные параметры следующие: процентная ставка – 5–8% годовых, валюта кредитования – евро, злотый, минимальный первоначальный взнос – 30–40% от стоимости объекта недвижимости, срок кредитования – от 5 до 35 лет, обязательное страхование объекта приобретаемой недвижимости и жизни заемщика, ежемесячный взнос заемщика по ипотечному кредиту не должен превышать 50% от его чистого дохода. Если у заемщика уже имеются действующие кредиты, то сумма ежемесячного взноса рассчитывается с учетом погашения имеющихся займов [8].

Польские банки предоставляют своим клиентам текущие и депозитные счета. Последние бывают срочные и до востребования. По текущим счетам выплачивается 5–7% годовых (счета в злотых) и 2–3% по долларам США. По срочным депозитным счетам процент выше: по злотым от составляет 15–18% – в зависимости от срока (минимальный срок вклада 1 месяц, максимальный 3 года); по долларам США – от 4 до 7%.

Проанализируем полученные данные, представленные в таблице.

Таблица 1. «Показатели банковских систем»

	Россия	Польша
Количество банков	956	700 (71 местный)
Ставка рефинансирования	8,25%	3,25%
Ставки по кредитам	9,50–25,50%	5–8%
Ставки по вкладам:		
а) срочные	5,15–8,75%	15–18%
б) текущие	0,01–10,50%	5–7%
Виды операций, осуществляемых банками	Широкая палитра банковских услуг для коммерческих организаций и населения.	Широкая палитра банковских услуг для коммерческих организаций и населения.
Участие иностранного капитала	Действующим законодательством предусмотрено ограничение на участие иностранного капитала в российской банковской системе	Участие иностранного капитала в акционерном капитале банковского сектора Польши составляет более 60%

Различие стоимости банковских услуг в первую очередь объясняется значением ставки рефинансирования, которая в свою очередь объясняется уровнем инфляции. Россия по этому показателю уступает Польше более чем в 2,5 раза. Соответственно и ставки по кредитам в 3–4 раза в России выше. Ставки по вкладам, наоборот, в 3 раза выше российских. С другой стороны, высокие ставки в России объясняются фактическим отсутствием конкуренции между российскими банками. Отсутствие конкуренции ведет к увеличению ставок по кредитам и уменьшению по вкладам.

Ставки сегодня высокие, с такими ставками экономика не может расти, в условиях инфляционной динамики ставки могут быть значительно ниже. Правительство работает над тем, чтобы снизить средний размер ставки по ипотечным кредитам в стране до 5-6% годовых. Повышение ставок – следствие недостатка ликвидности у банков, а это в свою очередь вызвано рядом факторов, таких как высокий темп ускорения инфляции, нестабильный финансовый рынок в Европе и девальвация рубля.

России необходимо стремиться к конкурентному рынку банковских услуг, как к залогоу уменьшения процентных ставок. Снижение темпов инфляции также будет способствовать уменьшению ставки рефинансирования, а, следовательно, и процентных ставок по кредитам. В Польше широко распространено участие иностранного капитала в банковской системе, что в России крайне ограничено, то есть цель привлечения иностранных банков на наш рынок – это создание полноценной конкуренции и Россия получила бы качественную экспертизу, опыт, культуру проведения операций.

Список использованных источников и литературы

1. Банковские заметки [Электронный ресурс] – URL: <http://bankirsha.com/kolichestvo-bankov-v-rossii-na-konec-goda-finansovyi-krizis-ustavnoi-kapital-i-chislennost-bankov.html> (дата обращения: 14.03.2013)
2. РИАновости. Открытие филиалов иностранных банков в РФ могут запретить [Электронный ресурс] – URL: <http://ria.ru/economy/20120730/712839601.html#ixzz2NhZAoyFt> (дата обращения: 14.03.2013)
3. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс] – URL: http://www.cbr.ru/print.asp?file=/statistics/credit_statistics/refinancing_rates.htm (дата обращения: 12.03.2013)
4. FinansMir.ru [Электронный ресурс] – URL: <http://finansmir.ru/razdel-stati/banki/uslugi-bankov-gossii.html> (дата обращения: 14.03.2013г)
5. Сбербанк России [Электронный ресурс] – URL: <http://www.sbrf.ru> (дата обращения: 15.03.2013г)
6. ЕвроРосс [Электронный ресурс] – URL: <http://www.euroruss-business.com/ru/ecsparvochnik/poland/finansovyy-i-bankovskiy-sektor.html> (дата обращения: 12.03.2013г)
7. Польша от первоисточника [Электронный ресурс] – URL: <http://www.epoland.ru/ekonomika/bank.php> (дата обращения: 14.03.2013г)
8. Realtypress – недвижимость и ипотека [Электронный ресурс] – URL: http://www.realtypress.ru/article/article_1427.html (дата обращения: 12.03.2013г)

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РАЗВИТИИ БИЗНЕСА

Колодная И.И., магистрант

Национального исследовательского Томского политехнического университета

Несмотря на то, что не все пользователи компьютеров являются одновременно сетевыми пользователями, большинство обладателей компьютеров объединены в глобальную сетевую среду, именуемую Интернет. Технологии Интернет и Интернет-приложения открывают новые возможности для взаимодействия между отдельными гражданами (покупателями), бизнесами и торговыми партнерами. Дальновидные компании используют массовую технологическую структуру Интернет для создания новой стоимости для своих акционеров и достижения максимальной производительности.

Учитывая влияние Интернета на все аспекты экономической жизни, можно рассматривать его в качестве источника появления новой электронной экономики, которая уже достаточно большая сама по себе и отличается чрезвычайно быстрым ростом, созданием новых возможностей для производственной и деловой активности и рабочих мест. Успешными субъектами этой новой экономики становятся компании, которые могут использовать информацию и знания в любом аспекте бизнес-операций.

Интернет экономика включает в себя следующие составляющие: большое число персональных компьютеров, объединенных в глобальные сети, программные приложения; человеческие ресурсы, участвующие в создании открытой и доступной сетевой среды; взаимосвязанные электронные рынки с различными механизмами обмена, возможные благодаря наличию персональных компьютеров и приложений; покупатели, производители/поставщики, продавцы в режиме реального времени, а также электронные посредники, которые обеспечивают доверие, наглядность, уверенность, сертификацию товаров и другие элементы маркетинговой стратегии привлечения покупателей; системы электронных платежей, которые могут быть использованы в Интернет транзакциях; законодательная политика.

В большинстве публикаций новую экономику называют цифровой экономикой. Это понятие является слишком общим, так как включает все информационные технологии на уровне инфраструктуры. Необходимо делать различие между Интернет технологиями и другими технологиями, поскольку экономический рост заметен именно в области применения Интернет технологий.

Учитывая всеохватывающее использование Интернета, логичнее рассматривать новую экономику в качестве Интернет экономики. Важную роль в Интернет экономике играет электронная коммерция.

Электронная коммерция – маркетинг, подача предложений, продажа, сдача в аренду, предоставление лицензий, поставка товаров, услуг или информации с использованием компьютерных сетей или Интернета.

В электронной коммерции можно выделить две категории: инфраструктуру и экономическую деятельность. В свою очередь, категория инфраструктуры может быть подразделена на инфраструктуру Интернет (уровень 1) и инфраструктуру приложений Интернет (уровень 2).

Инфраструктура Интернет представляет собой глобальные сети высокоскоростных персональных компьютеров и является физической основой электронной коммерции. На этом уровне работают компании, производящие персональные компьютеры, серверы, оптико-волоконные линии связи, сетевые устройства и программное обеспечение, Интернет-провайдеры и т.д.

Инфраструктура приложений Интернет включает в себя программное обеспечение и программные приложения, консультации, обучение и интегрированные услуги, включая обслуживание сетей. На этом уровне работают Интернет-консультанты, компании по разработке коммерческих приложений Интернет, программного обеспечения для веб – разработчиков и создания поисковых систем, мультимедийных приложений, обучения в режиме реального времени и т.д.

Категория экономической деятельности также может быть подразделена на две составляющие: транзакции с привлечением электронных посредников (уровень 3) и прямые сделки в режиме реального времени (онлайн) (уровень 4).

Интернет-посредники повышают эффективность электронных рынков, помогая покупателям и продавцам находить друг друга, способствуя их взаимодействию и предоставляя различного рода маркетинговые услуги: разработку стратегии привлечения покупателей, экспертизу доменов, помощь покупателям в подборе товара и продавцов, а также агрегированные услуги, которые снижают транзакционные издержки. К Интернет-посредникам относятся онлайн брокеры, порталы, рекламные агенты и т.д.

Прямые сделки в режиме реального времени осуществляются компаниями, которые продают товары и услуги отдельным покупателям и/или компаниям/государственным структурам через Интернет. К компаниям, работающим на этом уровне, относятся компании розничной торговли (электронные магазины), производители компьютерного оснащения и программного обеспечения, продающие свой товар, транспортные компании, туристические фирмы и многие другие участники рыночных отношений [1].

Существует, как минимум, две причины, по которой компании делают ставку на технологии электронной коммерции. Во-первых, информационные технологии становятся главным инструментом в проведении деловой активности сегодня, а Интернет становится средой деловой активности. Во-вторых,

электронная коммерция является также катализатором фундаментальных структурных, операционных и управленческих изменений в организации бизнеса и других процессов в обществе (процессы государственного управления: электронное правительство – e-government; процесс образования: электронное образование – e-learning).

На рисунке 1 приведены основные схемы электронного бизнеса в зависимости от категории участников электронных взаимоотношений [2].

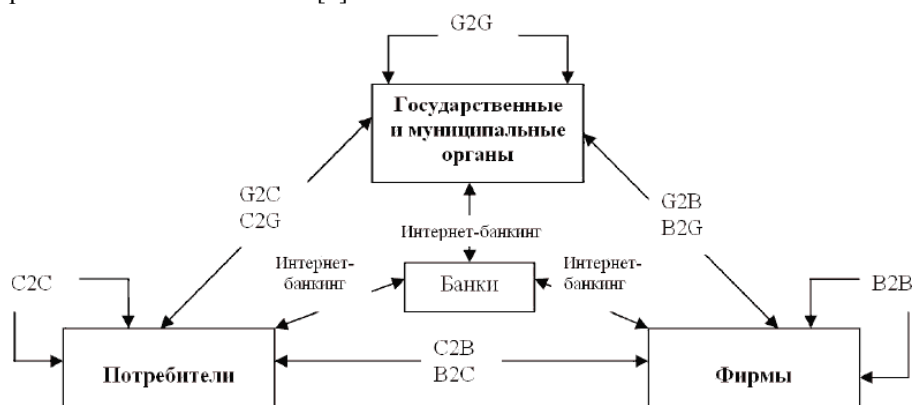


Рис.1. «Модели электронного бизнеса»

- B2B – бизнес-бизнес. Большая доля всех совершаемых сегодня сделок в электронной коммерции приходится именно на эту модель. Этот тип электронной коммерции включает в себя внутриорганизационные системы (IOS) и электронные рынки;

- B2C – бизнес-потребитель. Это транзакции, осуществляемые в системе розничной торговли с индивидуальным покупателем. Типичный покупатель на сайте любого магазина является потребителем или покупателем;

- C2C – потребитель-потребитель. В этой категории потребитель продает товар непосредственно потребителю. Примером подобной схемы могут служить операции на сайте объявлений www.classified2000.com, продающие на сайте личную недвижимость в виде домов, земельных участков, а также машины и т.д. Другим примером C2C является оказание услуг по рекламе в Интернет, продажа информации, а также оказание консультационных услуг;

- C2B – потребитель-бизнес. Эта категория представляет собой тип электронной коммерции, при котором отдельный потребитель продает товары или услуги организациям, а также ищет продавцов, взаимодействует с ними и заключает сделку;

- G2G – правительство/бюджетная организация – представляет собой систему сетей и программных приложений для обмена информацией и снижения издержек (прежде всего за счет изменения системы документооборота и сокращения числа необходимых сотрудников) правительственных структур и других бюджетных (некоммерческих) организаций. Кроме того к числу подобных операций можно отнести сделки между бюджетными организациями (например, при закупке вооружения Министерством Обороны), в которых целью является не получение коммерческой прибыли, а снижение затрат;

- B2G – бизнес-правительство/бюджетная организация – сделки осуществляются между правительством/бюджетной организацией и промышленным предприятием в форме государственных закупок/поставок;

- C2G – потребитель-правительство/бюджетная организация – использование средств электронной коммерции для снижения стоимости платежных систем и улучшения системы налогообложения.

Одной из причин относительно низкого уровня развития электронной коммерции в России и в ряде других стран можно назвать низкую степень автоматизации управления предприятием. Введение системы электронной коммерции требует определенного уровня технологического развития не только коммуникационной инфраструктуры, но и внедрения интегрированных информационных систем управления предприятием, оптимизирующих принятие управленческих решений - MRP (Manufactory Resource Planning – планирование производственных ресурсов); MRP II; ERP (Enterprise Resources Planning – планирование ресурсов корпорации); SCM (Supply Chain Management – системы управления цепочками поставок); CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентом); e-procurement – системы электронного снабжения.

На рисунке 2 представлена функциональная система управления предприятием, работающим по технологии электронной коммерции [2].

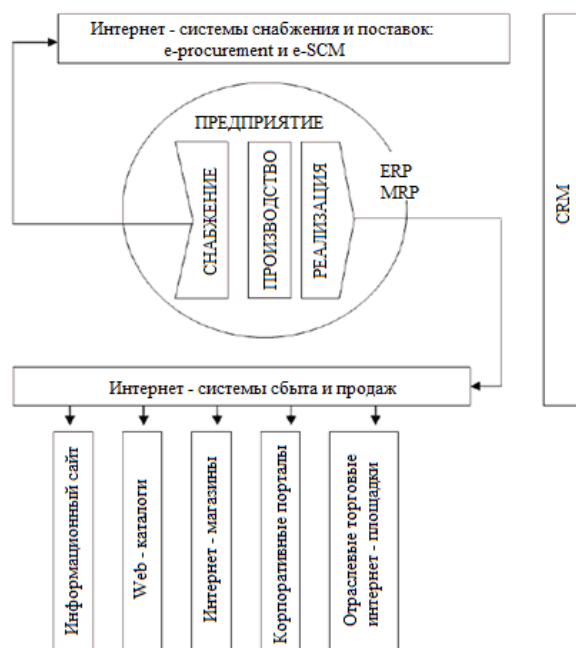


Рис.2. «Схема электронной предпринимательской структуры»

В таблице 1 приведен сопоставимый анализ достоинств и недостатков традиционной торговли и электронной коммерции.

Таблица 1. «Анализ моделей традиционной и электронной коммерции»

Модель традиционной торговли		Модель электронной коммерции	
Преимущества	Недостатки	Преимущества	Недостатки
Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей	Сложность и изначальная стоимость распространения информации о товарах и услугах	Отсутствие значительных трудностей в распространении информации	Проблема обеспечения безопасности электронных платежных систем
Возможность «потрогать руками»	Временные и транспортные затраты на посещение магазина	Возможность оперативного посещения магазина	Отсутствие физического контакта
Развитая законодательная база	Использование для оплаты товаров и услуг наличных денег или банковских карт	Использование для оплаты товаров и услуг электронных денег	Неразвитость законодательной базы
	Существенные транзакционные издержки на проведение и оформление сделки	Снижение транзакционных издержек благодаря электронному документообороту	Возможность проникновения в систему компьютерных вирусов и хакеров
	Относительная сложность выхода на рынок	Относительная легкость выхода на рынок	Недостаточная квалификация пользователей, языковой барьер
	Значительные издержки «меню»	Гибкая система цен	
	Сложность выхода на глобальный рынок	Возможность заниматься бизнесом в глобальном масштабе	
	Интенсивное использование человеческого ресурса	Уменьшение зависимости бизнеса от человеческого фактора	

Экономическая эффективность применения электронной коммерции обеспечивается сокращением транзакционных издержек, ускорением оборачиваемости средств, снижением потребности в человеческих ресурсах и сокращением административных расходов в результате перехода на систему электронного офиса. Важность онлайн-коммерции подтверждает и то, что она стала вторым рынком

после телевидения по величине денежного объема в \$1,7 млрд. в 2012 году, а к 2017 году он должен удвоиться до \$3,4 млрд. [3].

Однако высокая экономическая результативность ограничивается факторами, сдерживающими развитие электронной коммерческой деятельности:

- необходимость обеспечения безопасности электронных платежных систем;
- психологическое неприятие и неготовность населения к совершению покупок через Интернет;
- неразвитость законодательной базы оформления и сопровождения электронных сделок.

Между тем, уровень развития электронного бизнеса – индикатор конкурентоспособности в условиях неизбежной глобализации, конвергенции знаний и культур, ускорения технического прогресса.

Список использованных источников и литературы

1. Понятие новой экономики. Управление бизнес процессами торгового предприятия в Интернет среде [Электронный ресурс] – URL: <http://wiasite.com/elektronnoy-kommertsii-osnovy/ponyatie-povouy-ekonomiki.html> (дата обращения: 17.03.2013)
2. Современные аспекты формирования предпринимательских структур в сфере электронной коммерции – Проблемы современной экономики [Электронный ресурс] – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3465> (дата обращения: 17.03.2013)
3. Рынок электронной коммерции в России набирает обороты [Электронный ресурс] – URL: www.e-reper.ru/forum/thread-2539.html2013 (дата обращения: 13.03.2013)

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Коптелова Е.С., студент

Национального исследовательского Томского политехнического университета

В современных быстроразвивающихся научно-технических условиях люди часто сталкиваются с проблемой вывода на рынок модернизированных и совершенно новых технологий, которые в свою очередь позволяют быть конкурентоспособными, занимать лидирующие позиции, могут быть фактором экономического роста как для страны и региона, так и для отдельного предприятия. Главным образом эта проблема связана с недостаточным финансированием этих новшеств, что объясняется высоким риском инвестирования в такие проекты. Но в последнее время ведется активное обоснование внедрения новых технологий с помощью инновационных проектов, которые в свою очередь требуют привлечения инвестиций. Данные аспекты непосредственно связаны между собой, и на их основе возникает проблема разграничения понятий инвестиционного и инновационного проекта.

Довольно часто можно встретить такие понятия как инвестиционный проект и инновационный проект. Для начала необходимо рассмотреть данные понятия как самостоятельную единицу.

Инвестиционным проектом называется план или программа мероприятий, связанных с осуществлением капитальных вложений и их последующим возмещением и получением прибыли [1]. Термин «инвестиционный проект» можно понимать в нескольких смыслах:

- Как совокупность документов, отражающих цели будущей деятельности;
- Как набор определенных действий, направленных на достижение целей инвестиционного проекта.

Грамотно составленный инвестиционный проект в итоге дает ответ на вопрос: существует ли экономический смысл вложения средств в такой проект? Для будущей уверенности и наглядности очень важно составить инвестиционный проект на бумаге и провести специальные расчеты - это помогает заранее увидеть будущие проблемы и понять, преодолимы ли они. Инвестиционный проект помогает предпринимателям и экономистам решить четыре основные задачи:

- изучить перспективы и направленность будущего рынка;
- оценить затраты, которые будут необходимы для изготовления продукции, и установить цены для определения потенциальной прибыльности задуманного дела;
- обнаружить все возможные трудности и неудачи, которые могут возникнуть в процессе реализации проекта;
- определить показатели, на основе которых можно будет регулярно оценивать деятельность предприятия [1].

Что касается создания новшеств, то это напрямую связано с инновационным проектом. Под *инновационным проектом* понимается система взаимоувязанных целей и программ их достижения, представляющих собой комплекс мероприятий, обеспечивающих решение конкретной научно-технической задачи приводящей к инновации [3]. Итогом составления инновационного проекта служит письменное подтверждение в виде документа, которое включает в себя подробное описание инновационного продукта, целесообразность, необходимость и возможность привлечения инвестиций в такого рода проект.

Инновационные проекты классифицируют по таким признакам, как:

1. период реализации проекта (долгосрочные – более 5 лет, среднесрочные – то 3 до 5 лет, краткосрочные – менее 3 лет);
2. характер целей проекта (конечный – отражает цель решения инновационной проблемы в целом, промежуточный – связан с достижением промежуточных результатов решения проблем);
3. вид удовлетворяемой потребности (существующие потребности, новые потребности);
4. тип инноваций (новый продукт, новый метод производства, новый рынок, новый источник сырья, новая структура управления);
5. уровень принимаемых решений (федеральные, президентские, региональные, отраслевые, отдельных предприятий) [2].

Из этих определений ясно видно, что существует тесная связь между инновационным и инвестиционным проектом. Но это не означает, что они абсолютно идентичны между собой. Естественно между ними существуют значительные различия, особенно это различие проявляется в том, что инвестиции в инновационный продукт обладают значительно высоким риском по сравнению с инвестициями в уже известный бизнес. Отсюда как следствие вытекает соотношение данных понятий, которое для наглядности можно представить на рис. 1.



Рис. 1. «Соотношение понятий инвестиционного и инновационного проекта»

Анализ соотношения понятий инвестиционного и инновационного проекта показывает то, что любой инновационный проект должен быть ориентирован на инвестора, в противном случае целесообразность его разработки не велика, то есть нет возможности его коммерциализации. То есть инновационный проект должен быть разработан в качестве инвестиционного. При этом объектом инвестиций инвестиционного проекта может и не быть инновационный продукт. Тогда мы приходим к выводу о полном поглощении понятием инвестиционный проект понятия инновационный проект. При этом степень ориентации на инвестора и, соответственно, их привлекательность у различных инновационных проектов может быть различной. Тогда возникает потребность в определении **инвестиционной привлекательности инновационного проекта**, как совокупности факторов и условий реализации инновационного проекта, приносящих прибыль инвестору, уменьшающих риск вложений, повышающих конкурентоспособность новшества (продукта, технологии), создаваемого с помощью инновационного проекта

Немалозначительное положение в таком сопоставлении занимают инновации, т.к. впоследствии их реализации возникает не только прибыльность и доходность, но и уникальность, конкурентоспособность, постоянное развитие нового продукта и всех составляющих, которые тесно связаны с новшеством.

Таким образом, оценка инвестиционной привлекательности инновационного проекта позволяет оценить условия и возможные риски вложения капитала в создание инновационных объектов в процессе разработки проекта по созданию инновации.

Список использованных источников и литературы

1. Инвестиционный проект, понятие и назначение // Финансы. Экономика. Банковское дело. [Электронный ресурс] – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1506380> (дата обращения 1.03.2013)
2. Понятие инновационного проекта // Линия менеджмента [Электронный ресурс] – URL: <http://menzo.ucoz.ru/load/1-12-2> (дата обращения 1.03.2013).
3. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1506380> (дата обращения 1.03.2013)

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ИННОВАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ

Королева Н.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Под рынком инноваций следует понимать рынок, на котором взаимодействуют продавцы и покупатели инновационных идей и решений, материализованных в новых технологиях, оборудовании и товарах. Можем отметить, что данный рынок не является однородным, поэтому предлагаем выделить в нем три сегмента.

В первом сегменте продавцами выступают представители научного сообщества, предлагающие свои разработки, а покупателями – фирмы, которые желают внедрить их в процесс производства. Назовем этот сегмент рынком технологий. Этот рынок, безусловно, является инновационным, поскольку благодаря ему возникает возможность появления новых товаров, работ, услуг.

Другой составляющей рынка инноваций является рынок новой техники. Продукцию на нем распространяют компании из сферы машиностроения, реализующие новое оборудование. Это оборудование может быть как производственным, созданным для выпуска новых товаров, так и иметь непроектованный характер – например, высокотехнологичное медицинское оборудование, предназначенное для диагностики заболеваний. Благодаря этому сегменту, становится возможным массовое появление новых товаров, работ, услуг на локальном рынке.

Последний сегмент рынка инноваций – это рынок инновационных товаров. Продавцами в этом случае выступают крупные ТНК, которые реализуют новые товары для пользования непосредственно домашними хозяйствами [1].

На рынок инноваций существенное влияние оказывают следующие факторы:

- степень государственного участия в управлении инновационными процессами,
- уровень изъятия доходов государством,
- уровень развития рыночной инфраструктуры,
- степень интеграции науки и производства,
- уровень конкурентоспособности на мировых рынках,
- уровень экономического развития страны [2].

Таким образом, основным товаром на данном рынке является научный и научно-технический результат. Рынок инноваций формируют научные организации, научно-исследовательские организации, вузы, временные творческие коллективы, самостоятельные лаборатории, новаторы и др.

Как и всякое экономическое явление, инновационный процесс осуществляется в определенных формах: нерыночной – внутри фирмы, рыночной и расширенно-воспроизводственной.

Нерыночная форма реализации инновационного процесса характерна для микроуровня – уровня отдельной фирмы, когда инновация создается и внедряется внутри одной и той же фирмы, не выходя на рынок формы. При рыночной форме инновационного процесса новшество выступает объектом купли-продажи на рынке, т.е. коммерциализуется, тем самым процесс производства инновации не совпадает с процессом потребления. Расширенно – воспроизводственная форма инновационного процесса реализуется в условиях формирования конкурентной среды на рынке инноваций, когда появляется множество экономических субъектов, осуществляющих создание инноваций, что ограничивает монопольную власть инноватора-лидера и стимулирует на основе конкуренции модернизацию качественных характеристик производимого продукта.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что инновационный процесс может осуществляться в рыночной форме лишь при условии функционирования на рынке трех типов экономических субъектов – производителей инноваций, посредников, осуществляющих их коммерциализацию, и потребителей инноваций [3].

Рынок инноваций как экономическая категория тесно связан с обменом, обращением, торговлей новшествами и нововведениями, торговыми услугами по инжинирингу, консалтингу, лизингу, страхованию в отношении инноваций. Обмен новшествами можно рассматривать с двух сторон: как процесс движения новых товаров и как создание определенных рыночных отношений, в которые вступают инноваторы при этом обмене. При этом в сфере обращения инноваций важны услуги финансовой и кредитной систем (страхование инновационных рисков, лизинг нового оборудования, венчурное финансирование инноваций, кредитование инновационных проектов и т.д.).

Обмен новшествами представляет собой экономические связи между инноваторами как производителями и потребителями новшеств и нововведений по поводу движения результатов НИОКР, полученных не для собственного потребления, а для других, для удовлетворения новых общественных потребностей. Именно благодаря обмену разрозненные, хозяйственно обособленные участники инновационной деятельности вступают в деловые контакты.

Суть рыночных отношений в инновационной сфере сводится к возмещению затрат продавцов (производителей и торговцев новшеств) и получению ими инновационной сверхприбыли, а также удовлетворению нового платежеспособного спроса покупателей на основе свободного взаимного

соглашения возмездности, эквивалентности и конкурентности. Именно это составляет сущностные черты рынка инноваций.

Движущей силой инновационной экономики является разработка новой продукции повышенной потребительской и рыночной ценности, настолько сложной в техническом отношении и настолько хорошо защищенной с помощью законов об интеллектуальной собственности, что менее развитые страны оказываются временно неспособными участвовать в ценовой конкуренции на тех же рынках. В то же время большинство развивающихся стран прочно «застряли» на стадии инвестиционной экономики и могут добиваться международной конкурентоспособности своей продукции лишь посредством снижения издержек производства и цен на свою сырьевую продукцию. Россия в этом смысле пока принадлежит к группе наименее развитых стран, поскольку подавляющая часть ее экспортной продукции гражданского назначения может конкурировать на мировых рынках лишь благодаря своей низкой цене, но не высокому качеству и технической сложности [4].

Другая современная стратегия экономической конкуренции заключается в создании международных воспроизводственных цепей, в рамках которых большая часть операций по промышленному производству продукции размещается в менее развитых странах с относительно невысокими издержками производства. Тогда как наиболее наукоемкая и высокооплачиваемая деятельность сосредоточена на территории более развитых стран, обладающих наиболее квалифицированными кадрами.

Подобная международная специализация позволяет технологически лидирующим странам не только поддерживать более высокий уровень доходов, но и осуществлять общий стратегический контроль за деятельностью международных воспроизводственных цепей.

За некоторыми исключениями российские компании почти не участвуют в международных воспроизводственных цепях – ни в подчиненной роли промышленных производителей, ни тем более в лидирующей роли разработчиков новых технологий и организаторов транснационального производства. Однако конкуренции с транснациональными корпорациями, эксплуатирующими одновременно и высокий инновационный потенциал развитых стран, и низкие производственные издержки развивающихся стран, отечественным производителям не миновать [4].

Объем инноваций, поступающих из России в мировое сообщество, незначителен, но и в самой России он слабо просматривается: это иностранные инновации, превращенные в товары народного потребления для российских граждан, и финансовый коридор, через который идут финансовые вливания в иностранные компании-производители. Большая часть этих средств идет на развитие иностранного научно-технического прогресса и наукоемких технологий.

Научно-техническая деятельность в Российской Федерации характеризуется резким спадом на фоне развития инноваций в мировом сообществе. Вклад российской инновационной продукции в мировую копилку инноваций составляет всего 0,3% и имеет тенденцию к дальнейшему уменьшению [5].

В современных российских условиях рынок инноваций характеризуется существенной ролью государства. Так, рост федеральных бюджетных расходов на проведение НИОКР за последние семь лет увеличился в десять раз. Государство финансирует $\frac{3}{4}$ всех расходов на данные цели. Для сравнения – за рубежом доля государства не превышает $\frac{1}{4}$, а $\frac{3}{4}$ всех расходов приходится на долю частного сектора. По данным Роспатента, из 100% охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности, полученных при бюджетном финансировании, патентуется только 5% таких результатов, а в коммерческом обороте находится 1–2% из них. Российские заявители патентуют через Роспатент в год около 30 тысяч изобретений, американские изобретатели ежегодно патентуют около 170 тысяч изобретений, а немецкие изобретатели патентуют около 100 тысяч результатов в год. Таким образом, в России крайне мало новых технологий патентуется и еще меньше включается в легальный оборот и основной сегмент рынка инноваций связан с промышленными секретами, права на которые охраняются в режиме коммерческой тайны [2].

Чтобы поднять Россию на более высокий уровень, необходимо создать эффективный инновационный механизм, способный обеспечить несырьевое развитие государства. Для этого целью государственной политики в области науки и технологий должен стать переход к инновационному пути развития страны на основе выбранных приоритетов. Приоритеты должны определяться общемировыми тенденциями развития науки и технологий и опираться на имеющиеся в России достижения в научно-технической и образовательной сферах. Формирование национальной инновационной системы является важнейшей задачей, неотъемлемой частью экономической политики государства.

Россия, имея очевидные конкурентные преимущества, состоящие не только в природных богатствах и многоотраслевой промышленности, но и в имеющемся научно-техническом потенциале и квалифицированных кадрах, располагая крупной научной базой (12% от числа ученых во всем мире), на мировом рынке гражданской наукоемкой продукции имеет долю лишь в 0,3%, в то время как доля США составляет 36%, Японии – 30%. Анализ государственной научно-технической политики этих и ряда других стран, проводящих активную инновационную политику, показывает, что одним из ключевых моментов является поддержка малого инновационного бизнеса. Следовательно, необходимо продолжить активную финансовую поддержку инновационного предпринимательства в России.

В результате, если государство не изменит своего декларативного подхода к проблеме инноваций, не разработает реальных программ с реальными источниками бюджетного и внебюджетного финансирования, не создаст правового поля для инноваций и механизмов его реализации, то Россия рискует через несколько лет потерять весь научно-технологический потенциал и попасть надолго, если не навсегда, в зависимость от зарубежных технологий [5].

За последнее десятилетие в нашей стране был накоплен огромный опыт в создании инфраструктуры инновационной деятельности, поддержки малого наукоемкого предпринимательства, который был использован для формирования соответствующей нормативно-правовой базы. Разработка и внедрение механизмов включения промышленности в активную инновационную деятельность, стимулирование спроса на результаты научных исследований позволят завершить формирование инновационно-технологического пространства России.

Мы видим, что скорость инновационной активности в мире постоянно возрастает. Этот процесс охватывает всё большее количество стран. Уже не действуют старые принципы, когда технологии вчерашнего дня активно использовались в развивающихся государствах. Все быстрорастущие страны делают упор на развитие отраслей, находящихся на технологической передовой, – такие, которые нацелены на прорыв.

Поэтому только через модернизацию экономики и развитие инновационных отраслей мы сможем полностью реализовать свой потенциал в области образования и науки. Для достижения данной задачи следует действовать сразу по нескольким направлениям: во-первых, продолжить совершенствование институтов, создание комплексной среды для модернизации, инновационной деятельности и коммерциализации инноваций; во вторых, вырабатывать планы действий в конкретных секторах экономики, при этом уделять особое внимание био- и нанотехнологиям, современным материалам, медицине будущего, энергосбережению, информационным, космическим, ядерным технологиям, эффективным технологиям добычи и переработки углеводородов и другого сырья.

Список использованных источников и литературы

1. Шангараев Р.Г. Взаимодействие рынка инноваций и государства // Теоретическая экономика №4, 2011 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.theoreticaleconomy.info/articles/373.pdf>
2. Михалева Е.П. К вопросу о формировании рынка инноваций на современном этапе в РФ // Актуальные вопросы экономических наук: материалы междунар. заоч. науч. конф. – Уфа, 2011. – С. 27-31 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/11/985>
3. Теория инновационной экономики: учебник / Южный федеральный университет; под ред. О. С. Белокрыловой. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 376 с.
4. Гришин В.В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики: учебное пособие / В. В. Гришин. – М.: Дашков и К, 2010. – 368 с.
5. Самсонов Ю. Рынок инноваций в России // Экология и жизнь [Электронный ресурс] – URL: <http://www.center-inno.ru/ru/materials/library/06-2>

ПРОГРЕССИВНАЯ ШКАЛА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК СТАБИЛИЗАТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА НАСЕЛЕНИЯ

Косарева Е. Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На сегодняшний момент в мировой практике наиболее распространенной формой реализации социальной направленности налоговой системы является использование прогрессивного обложения. В 2001 г. в Российской Федерации отказались от прогрессивной шкалы подоходного налога, была введена единая ставка, причём по достаточно низкой ставке – 13%. Главным мотивом введения в России плоской шкалы налогообложения было стремление вывести капиталы из тени, то есть легализовать доходы граждан [1.С.20].

На первом этапе ожидалось, что произойдет сокращение поступлений налога в связи с переходом на 13% ставку, но в действительности объём платежей не только не снизился, но и даже возрос. Пропорциональная шкала налогообложения дала поразительный фискальный эффект – поступления от налога увеличились за эти годы более чем в 12 раз, соответственно снизилась и теневая зарплата. Однако, ряд экономистов считает, что на это могли повлиять как налоговые, так и неналоговые факторы, что особенно подтверждается региональными данными. Именно в этот период, начиная с 2000 года, стала активно развиваться экономика, цены на нефть увеличивались, развивались кредитные рынки. Увеличение объёмов налоговых поступлений за 2001 г. можно связать с расширением налоговой базы [2.С.21].

За целое десятилетие использования плоской шкалы вопрос о необходимости возврата России к прогрессивному налогообложению поднимался неоднократно. Причем если в 2004 – 2008 гг. необходимость введения прогрессивной шкалы объяснялась растущей социальной несправедливостью, то с 2009 года основным мотивом таких предложений было наполнение бюджетов – как федерального,

так и региональных. Финансово-экономический кризис обострил данную проблему: с 2007 по 2009 г. суммарные перечисления в регионы из центра удвоились, причём в 2009 г. рост их объёма был особенно быстрым. В данном случае необходимость налоговых нововведений диктуется тем обстоятельством, что экономика России вышла уже на уровень, позволяющий вводить небольшое повышение ставок НДФЛ с доходов лиц, получающих свыше 600 тысяч рублей в год [3.С.38].

Не так давно в Государственную Думу был внесен пакет поправок в Налоговый Кодекс РФ, устанавливающий систему прогрессивной шкалы ставок налога на доходы физических лиц. Согласно законопроекту, для доходов граждан в части от 60 000 до 600 000 рублей в год ставка налога составит 15%, а для доходов от 600 000 до 3 000 000 рублей – 25%. В свою очередь, лица, получающие от 3 000 000 до 12 000 000 рублей в год, станут платить в казну уже 35%, что составит дополнительные доходы бюджета в размере 85 миллиардов рублей. Наконец, для доходов граждан в части свыше 12 000 000 рублей в год ставка налога составит 45% [3.С.37].

Предложенные законодателями налоги кажутся довольно актуальными и отвечающими интересам большинства граждан России, в следствии огромного социального разрыва между высокодоходными и низко-доходными категориями граждан, но необходимо определить какие последствия может повлечь данное нововведение. Для начала необходимо рассмотреть основные положительные результаты, которых в теории можно добиться от установления прогрессивного налога [4.С.62].

Во-первых, такой налог может существенным образом сгладить во многом несправедливый профиль отечественной системы налогообложения физических лиц, поскольку сейчас доходы россиян облагаются далеко неравномерно. Диспропорция здесь проявляется в том, что чем меньше получает в нашей стране гражданин, тем больше он уплачивает налогов.

Положительная сторона прогрессивного налога проявляется в его высокой экономической доходности. Сейчас по данным федеральной налоговой службы поступления от НДФЛ в нашей стране едва дотягивают до 10% суммарных доходов консолидированного бюджета. В развитых же странах НДФЛ образует порядка трети доходов государственных бюджетов. Например, в США подоходный налог сейчас составляет около 48% всех доходов федерального бюджета и 34% доходов консолидированного бюджета [5.С.25].

Подобных показателей можно добиться и в России. Налогообложение доходов в размере средней заработной платы в России оказывается выше, чем в США, а также в Швейцарии, Испании, Нидерландах, Японии, Австрии, Германии, Канаде, Бельгии, где действуют прогрессивные модели налогообложения. Это означает, что основное бремя индивидуального подоходного налога в России несёт категория населения, получающая доходы на уровне средней по стране заработной платы (в 2009 г. эта сумма составляла 18795 руб. в месяц), в отличие от названных выше стран, где бремя смещено в сторону групп населения с более высокими, чем средние, доходами [5.С.27].

К наиболее существенным недостаткам прогрессии НДФЛ можно отнести следующее:

1. Введение прогрессивной системы может привести к возрастающей доле теневой экономики, которая, по разным источникам, занимает до 50% ВВП РФ.

2. Введение прогрессивной ставки по НДФЛ может также и негативно отразиться на собираемости налогов. Большинство налогоплательщиков и так для себя решило, что не готово в существующей кризисной ситуации в стране производить больше налоговых платежей в бюджет и вводит ряд мер направленных на минимизацию налогообложения, в первую очередь это связано с зарплатными налогами и сборами [3.С.39].

3. В условиях, когда лица с доходами, исчисляемыми миллиардами, не могут сами себя заставить платить более или менее адекватные налоги, вопросы собираемости платежей и бюджетного дефицита будут решаться за счет рядовых граждан, для которых и 40% НДФЛ не будут считаться большой суммой. В конечном счете, при известном стечении обстоятельств ситуация в России может походить на ситуацию в США, где плательщики до середины июня работают на подоходный налог, а все оставшееся время на страховые взносы, акцизы, НДС и прочие косвенные поборы [4.С.66].

4. Прогрессивное налогообложение ударит, прежде всего, по представителям среднего класса – высокооплачиваемым специалистам и предпринимателям.

5. Снизится мотивация и, соответственно, производительность труда.

6. Применение прогрессивной шкалы налогообложения доходов физических лиц увеличит нагрузку на налоговые органы и потребует совершенствования налогового администрирования.

Выделяются опубликованные в отечественных средствах массовой информации три основные версии того, как может сказаться на российской экономике введение прогрессивной шкалы налогообложения:

1. Отбросит экономику назад. Странники этой версии утверждают, что переход России к плоской шкале подоходного налога оказался оправданным и эффективным, а возврат к прежней, дифференцированной системе может вернуть страну на семь лет назад.

2. Приведёт к позитивной динамике. Эта версия основана на опыте западных стран, где прогрессивная шкала налогообложения зарекомендовала себя как весьма эффективное средство выравнивания социального неравенства [6.С.50].

3. Качественно не скажется на развитии страны. По мнению ряда экспертов, никаких существенных изменений в российской экономике в связи с принятием прогрессивной шкалы не [6.С.44].

В заключение можно сделать вывод: изменение налогового законодательства путем введения новых налогов – дело крайне сложное и требует глубокого экономического анализа перспектив такого шага и его возможных последствий. В настоящее время механизм налогообложения в основном уже сложился и действует. Конечно, имеются существенные резервы для увеличения его эффективности, и в первую очередь в сфере ужесточения налогового администрирования, в том числе крупных налогоплательщиков, применения трансфертного ценообразования, сокращения возможностей неправомерного использования налоговых льгот, особенно в сфере экспортно - импортных операций. Еще существуют элементы законодательства, способные содействовать восстановлению справедливости, – это необлагаемый минимум и налоговые вычеты, в области совершенствования которых еще не все резервы исчерпаны.

Прогрессивная ставка НДФЛ – явление положительное, так как способно привести к росту бюджетных средств и, как следствие, благосостоянию государства и его граждан. Но для достижения данной цели необходима эффективная работа контролирующих органов, стабилизация экономики страны, воспитание всенародного законопослушания и политическая воля государственных лидеров.

Список использованных источников и литературы

1. Гулота Ю.В. Об исчислении подоходного налога в Российской Федерации// Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2012. – № 5. – С. 15–24.
2. Костылева Л.В. Налогообложение как механизм регулирования неравенства населения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 7. – С. 18–23.
3. Горшков Е.Г. Условия введения прогрессивной шкалы налога на доходы физических лиц в Российской Федерации // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2012. – № 8. – С. 35–44.
4. Вяткина Л.В. Плюсы и минусы прогрессивного налога на доходы физических лиц// Сборник научных трудов VIII Всероссийской научно-практической конференции «Фундаментальные проблемы модернизации экономики России». – 2011. – № 1. – С. 68–84.
5. Васильева Ю. Отнять и поделить. Россия может вернуться к прогрессивной ставке подоходного налога / Ю. Васильева // Российская Бизнес-газета. – 2012. – № 740. – С. 23–29.
6. Лыкова Л.Н. Современное состояние отечественной налоговой системы: некоторые проблемы (научный доклад) / Л.Н. Лыкова. – М.: Институт экономики РАН, 2012. – С. 43–59.

ТНК В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Кузнецова Е.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Актуальность исследования выражена в необходимости проследить функционирование российской экономики в условиях глобализации на основе анализа деятельности ТНК в хозяйстве России в конце 20 начале 21 века.

ТНК в современном мире стали одними из наиболее влиятельных международных акторов. Глобализация способствовала созданию международных корпораций. Транснациональные корпорации как разновидность международных корпораций заняли в современном мире лидирующие позиции по распространению и влиянию.

Основное определение ТНК, которым пользуются в современном мире, составлено ООН. ТНК – такие экономические субъекты, которые развернули свою деятельность на территории двух или более государств и зарегистрированы в качестве корпорации [4.С.83].

Самые крупные ТНК в современном мире в своей деятельности перешли к осозанным наступательным стратегиям, и дислоцируют свои предприятия только в тех странах, где для этого есть соответствующие условия.

В связи с увеличением числа транснациональных компаний в мире, ужесточается конкуренция между ними. Несмотря на это, транснациональные корпорации сближают государства в силу необходимости экономического сотрудничества.

Существует несколько причин возникновения ТНК, а именно объединение производства и капитала на основе развития производительных сил, неодинаковые темпы накопления капитала, экспансия капитала, желание ТНК получить сверхприбыль, ужесточение мировой конкуренции и снижение значения геополитических и экономических границ. Все эти причины можно объединить в одну: необходимость контролируемых путей реализации капитала.

Мировой опыт доказывает, что «распыление» капитала на как можно большее пространство, а особенно зарубеж, является эффективным экономическим ходом и позволяет легче переносить кризисы и другие экономические катаклизмы.

В связи с увеличением числа транснациональных компаний в мире, ужесточается конкуренция между ними. Несмотря на это, транснациональные корпорации сближают государства в силу необходимости экономического сотрудничества.

Интересы российских транснациональных компаний, прежде всего, имеют в фундаменте интересы российского государства. Это обуславливается тем, что государству принадлежит часть акций крупнейших транснациональных компаний.

На мировой уровень выходят современные российские сырьевые компании, такие как «Газпром», «Лукойл», «ТНК – ВР» и многие другие. Интересы зарубежных корпораций и стран состоят, прежде всего, в добыче сырья и сбыте своей готовой продукции по более выгодной цене. С одной стороны, это способствует увеличению списка товаров, предлагаемых на национальном рынке. В этом случае выигрывают российские потребители, но страдают российские производители. Российские товары пока что не способны составить существенную конкуренцию иностранным товарам, либо из-за более низкого качества, либо из-за более высокой цены. Однако, увеличение предложения иностранных товаров на национальном рынке, должно стимулировать развитие производства более качественных и более дешевых товаров одновременно, а также стремление модернизировать производство. Проблема заполнения российского рынка иностранной продукцией весьма противоречива, но с течением времени должна способствовать улучшению и развитию российского производства.

Россия должна стимулировать создание национальных корпораций транснационального уровня, чтобы способствовать усилению влияния на международной арене, а также увеличению способности конкурировать с иностранными производителями на местном рынке.

Стремление государства защитить свой рынок от иностранной продукции не всегда дает положительные результаты. Проблемы, которые встают перед иностранными производителем на территории российского рынка, обуславливаются неполноценностью российского законодательства, жесткой налоговой политикой и высокими таможенными пошлинами. К примеру, при импорте автомобиля необходимо уплатить за него, так называемый «совокупный таможенный платеж, состоящий из таможенной пошлины, ставки акциза, НДС и таможенного сбора. При расчете таможенного платежа с учетом реальной (не заниженной умышленно) стоимости автомобиля таможенная «очистка» обходится не менее чем в 60% от его цены». Данная проблема встала из – за проблем в российском автопроме, для поддержания, которого, государство продолжает повышать пошлины [1.С.57]. Поддержка российского автопрома со стороны государство, пока что не дает положительных результатов – российский потребитель также предпочитает иностранные автомобили более высокого качества, несмотря на более высокую цену.

В современное время значительный приток инвестиций в российскую экономику происходит за счет взаимодельствия ТНК национальных и иностранных компаний [2].

По прямым инвестициям в российскую экономику первое место занимает американский капитал [3.С.35].

Также очень важным является привлечение инвестиций в еще не инвестируемые отрасли экономики России. Для этого, прежде всего, необходимо создать более благоприятный инвестиционный климат и проработать и улучшить инвестиционное законодательство.

Меры по привлечению иностранных инвестиций были рассмотрены в законодательстве РФ. Законом «Об иностранных инвестициях в РСФСР» от 1991 г. иностранным инвесторам предоставлен национальный режим, т.е. правовые нормы для них не могут быть менее благоприятными, чем для российских фирм. Иностранные инвестиции в России не подлежат национализации и конфискации. Также иностранные инвестиции в России защищаются на международном уровне двусторонними соглашениями о взаимной защите и поощрении инвестиций, заключенными РФ с рядом зарубежных стран [6].

Создание технологических транснациональных корпораций еще одна цель России в современном мире. Технологии очень значимы и востребованы на современном мировом рынке [2]. Основным направлением деятельности ТНК в экономике России должно стать создание стратегических альянсов и применения производственного и инновационного аутсорсинга [7].

Стратегические альянсы подразумевают объединение нескольких фирм в союзы, для улучшения технологического оснащения производства, более легкого выхода на зарубежные рынки сбыта, осуществления межотраслевых новаторских проектов и разделения рисков.

Основным принципом аутсорсинга является принцип «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других». Рассеивание функций и перераспределение их в разные руки должно приводить к более эффективному функционированию ТНК.

В конце концов, диверсификация производства, усиление устойчивости на мировом рынке российских транснациональных компаний должно активизировать и модифицировать процесс преобразования российской экономики и повысить конкурентоспособность национальных ТНК на мировом рынке.

Создание партнерских альянсов способствует доступу к технологиям партнера по альянсу и ускоряет снижение издержек в наиболее наукоемких отраслях. Но такая стратегия может привести к

монополизации рынка, что отрицательно скажется на качестве продукта, и может привести к усилению влияния иностранных компании в рамках национальных границ.

Например, для таких компаний транснационального уровня как «Газпром» и «Лукойл» будет целесообразно объединиться с мировыми лидерами по добыче сырья, такими как «Шелл» и «Бритиш Петролеум».

В настоящее время, надо отметить участились случаи сотрудничества ТНК с Россией по программному обеспечению. Но довольно широкий киберинформационный рынок России по-прежнему остается не слишком привлекательным для крупнейших корпораций данного вида бизнеса. Например, российская сотовая сеть «Би-Лайн» бала создана при содействии малоизвестной семейной американской фирмы «F. G. I. Wireless». Существуют мнения, что приток иностранного капитала на рынок России в ближайшем будущем претерпит большие изменения: в первую очередь обновиться контингент участников, и, впоследствии изменится список сегментов экономики, в которые будут вкладываться иностранные инвестиции.

Надо отметить, что российский сектор энергетического оборудования считается весьма конкурентоспособным на мировом уровне. Данная область является центральной среди тех областей, где иностранные транснациональные корпорации действительно хотят сотрудничать с Россией.

Особенностью развивающихся стран и стран с переходной экономикой является неосвоенность их рынков. Все чаще транснациональные корпорации обращают свой взор именно на такие страны. Расширение рынка сбыта своей продукции является основным рычагом, стимулировавшим ТНК расширять территориально свои инвестиции. От зарубежных филиалов ожидают не только сбыт продукции на местные рынки, но и производство, торговлю на региональных и мировых рынках.

С течением времени в современном глобализационном процессе роль ТНК будет только усиливаться. Национальные ТНК перестанут ограничиваться рынком государств СНГ и выйдут на международный рынок, тем самым увеличив капиталобмен и государственный бюджет.

Список использованных источников и литературы

1. Береговой В.А. Теория и методология финансирования инноваций в условиях глобализации мировой экономики: автореф. дис. Директора экон. наук. – СПб., 2008
2. Журавский Ю.А., Якунина Ю.С. Перспективы участия транснациональных корпораций в модернизации российской экономики // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – №1.
3. Киселева Н.В., Боровикова Т.В. Инвестиционная деятельность. – М.: КНОРУС, 2005.
4. Сперанский В., Ященко А. Глобализация, профсоюзы и ТНК в реформируемой России (на примере нефтегазового комплекса): Монография. – М.: Русская новь, 2002.
5. Юданов А.Ю. Секреты финансовой устойчивости международных монополий. – М.: Финансы и статистика, 1991.
6. Российские ТНК за границей и иностранные ТНК в России – URL: <http://macro-economic.ru/content/view/42/18/>
7. Определение и сущность аутсорсинга – URL: <http://outsourcing-perm.ru/>

ХАРАКТЕРИСТИКА БЕДНОСТИ В РОССИИ

Ли Дэи, студент; Спесивцева А.Л., ассистент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Бедность всегда являлась актуальной проблемой, но в России этот вопрос стоит особенно остро, так как в условиях бедности, включая состояние нищеты, сегодня в нашей стране живет почти каждый четвертый. Именно бедность определяет ограниченность доступа значительной части населения РФ к ресурсам развития, а именно, высокооплачиваемой работе, качественным услугам образования и здравоохранения, возможности успешной социализации детей и молодежи и др. Соответственно, этим и определяется актуальность темы исследования.

Целью статьи является анализ определений бедности в трудах российских ученых.

Указанная цель определяет следующие задачи:

- 1) приведение определения бедности
- 2) определение факторов, влияющих на бедность
- 3) обозначение подходов к определению бедности

Понятие и причины бедности изменяются вместе с историей развития человечества. Бедность как социально-экономическое явление в той или иной степени присуща любому обществу, однако подходы к ее пониманию и измерению существенно различаются на различных этапах его развития. Мировой и уже отечественный опыт свидетельствуют, что в периоды экономических и политических кризисов проблема бедности чрезвычайно обостряется и часто способна принять масштабы социальной катастрофы.

Под бедностью понимается такое экономическое положение семьи или отдельного индивида, при котором располагаемые ресурсы и средства (деньги, товары, имущество) крайне недостаточны для

удовлетворения их минимальных потребностей (питание, одежда, жилье, медицина, образование и др.). Порогом (чертой) бедности называют нормативно устанавливаемый уровень денежных доходов человека, семьи (домашнего хозяйства), который обеспечивает физический прожиточный минимум.

Бедность населения является следствием ряда взаимосвязанных факторов. К числу этих факторов относятся:

1. Экономические (низкая производительность труда, низкая заработная плата и высокая ее дифференциация, безработица, неконкурентоспособность ряда отраслей, существование низкооплачиваемых рабочих мест, неквалифицированного или малоквалифицированного труда, сохранение убыточных предприятий);

2. Социально-медицинские (инвалидность, старость, плохое здоровье, высокий уровень заболеваемости, маргинализация, а также детская безнадзорность и беспризорность, которые могут быть отнесены к проявлениям бедности);

3. Демографические (неполные и многодетные семьи, семьи с высокой иждивенческой нагрузкой);

4. Социально-экономические (низкий уровень социальных гарантий и соотношения минимальных социальных выплат с прожиточным минимумом);

5. Образовательно-квалификационные (низкий уровень образования, недостаточный уровень профессиональной подготовки, ситуация «невостребованности» предлагаемых образования и квалификации спросу на региональном рынке труда);

6. Политические (разрыв сложившихся межрегиональных связей, военные конфликты, вынужденная миграция);

7. Регионально-географические (неравномерное развитие производительных сил, большие различия в экономическом потенциале регионов, приведшие к наличию депрессивных моноэкономических территорий, дотационных регионов с низким экономическим потенциалом, северные регионы, зависимые от централизованных поставок продовольствия и ресурсов).

Данная классификация факторов является обобщенной, где причины бедности определяются, в зависимости от того, какая сфера жизнедеятельности рассматривается. Но, есть еще одна интересная группа факторов нисходящей социальной мобильности, которую, по нашему мнению, также нельзя упускать из вида:

1. криминальность – нисходящая социальная мобильность связана с криминалитетом, с преступным поведением (воровством, вымогательством, насилием, грабежами);

2. личное невезение в жизни – попадание на социальное дно объясняется болезнями, инвалидностью, судьбой, плохим воспитанием в семье;

3. собственная вина, склонность к порокам – процесс нисходящей социальной мобильности объясняется пьянством, наркоманией, токсикоманией, проституцией;

4. социальная изолированность – нисходящая мобильность обусловлена отказом подчиняться социальным нормам, оторванностью от общества, потерей связей с семьей и близкими, отсутствием работы.

В последние десятилетия дискуссия о том, как измерять бедность, сфокусировалась на трех различных подходах:

1. Абсолютный подход к измерению: к бедным относятся домохозяйства и отдельно проживающие граждане, имеющие меньше, чем объективно определенный абсолютный минимум ресурсов, необходимый для удовлетворения основных потребностей на минимальном уровне;

2. Относительный подход – к бедным относятся домохозяйства и отдельно проживающие граждане, имеющие более низкий уровень материальной обеспеченности, чем большинство живущих в данной стране. В данном случае черта бедности обычно устанавливается как определенная доля от среднего или медианного дохода населения страны ;

3. Субъективный подход, в соответствии с которым к бедным относятся граждане, чувствующие, что не имеют достаточно доходов или располагаемых ресурсов, чтобы жить, по их мнению, достойной для данного общества жизнью, сами для себя определяющие уровень бедности (его также называют подходом, основанным на общественном мнении).

Одной из разновидностей относительного подхода к измерению бедности является депривационный подход:

Депривационный подход (или оценка бедности через испытываемые лишения) требует учета целого ряда не только материальных, но и социальных индикаторов с целью определения качественного порога, ниже которого недостаточность душевых доходов приводит индивида или домохозяйство на грань выпадения из привычных социальных связей и общепринятого образа жизни большинства населения определенного региона или страны. Английские эксперты в сфере исследования бедности К. Оппенгейм и Л. Харкер констатировали, что состояние бедности накладывает отпечаток на все аспекты существования индивида или семьи: удовлетворение потребностей, социальное участие, доступ к общественным благам и т.д. [1.С.1].

Важно подчеркнуть, что применение депривационного подхода в исследовательской практике предполагает решение трех основных методологических задач:

1) как определить индикаторы депривации;

2) в какой мере они свидетельствуют о снижении общепринятого для данного сообщества уровня жизни;

3) существуют ли качественные «пороги» депривации, позволяющие давать оценку жизненным стандартам того или иного индивида или той или иной семьи.

В западных странах принята другая методика расчета уровня бедности, вернее их две:

- По методике ОЭСРЗ, бедным считается человек с доходом меньше 60% медианного дохода по стране. Если применить данный подход к России, то в 2008 году медианный доход, рассчитанный на основе данных Росстата о распределении населения по величине среднедушевых доходов составил 10250,1 руб. [2.С.10] в месяц. Значит, 60% от него составят 6150,06 руб (с10). В 2008 году 21,8% (30,9 млн человек) россиян имели ежемесячные денежные доходы ниже 6150,06 руб. [2.С.11].

- Европейское статистическое агентство рассчитывает долю населения с доходами менее 50% среднедушевого дохода. Считается, что человек с таким уровнем доходов подвергается потенциальному риску бедности. По данным Росстата, среднедушевые номинальные денежные доходы населения в 2008 году составили 14939,2 руб. в месяц [2.С.12]. Если ориентироваться на данный подход измерения бедности, то границей бедности будет считаться половина среднедушевого дохода – 7469,6 руб. [2.С.12]. Значит, в России доля потенциально бедного населения в 2008 году составляла около 34% (48,2 млн человек) [2.С.12].

Если говорить о США, то там используется иной подход для определения доли малоимущего населения. В принципе он схож с тем, что используется в России, т.е. за черту бедности принимается стоимостная оценка минимальной потребительской корзины. Согласно данному подходу, бедными считаются граждане, доходы которых оказываются ниже рассчитанного уровня [3.С.1]. Особенность же американского подхода состоит в том, что доля расходов на покупку продуктов питания в минимальной потребительской корзине должна составлять не более трети всех расходов.

Борьба с бедностью не может быть сведена к проведению ограниченных мер воздействия. Стратегия преодоления бедности должна основываться на комплексном подходе, предполагающем реализацию широкого спектра мер воздействия на различные формы проявления бедности.

В заключении хотелось бы отметить, что стержневыми направлениями государственной социальной политики по предотвращению роста бедности является реализация следующих взаимосвязанных мер.

1. Инвестиции в человеческий капитал всего населения – как бедного, так и небедного или, другими словами, развитие сектора государственных социальных услуг (образование, здравоохранение, физическая культура, жилье), повышение доступности и охвата ими населения и совершенствование их качества. Международный опыт свидетельствует, что важная роль в сокращении бедности принадлежит таким аспектам благосостояния, которые непосредственно не измеряются уровнем доходов.

2. Активная политика на рынке труда и государственная поддержка сферы занятости:

3. Защита доходов населения – заработных плат, пенсий, пособий, стипендий:

4. Развитие института микрофинансирования, получившего широкое распространение в ряде стран мира, в том числе развитых, как особой стратегии по расширению возможностей занятости, повышению доходов населения и снижению уровня бедности, т.е. создание финансовых систем, которые обслуживают бедных, оказывают финансовые услуги для бедного населения.

5. Политика «толерантности» к неформальному сектору экономики. Мировой опыт также показывает, что в условиях экономических трудностей неформальный сектор экономики может выступать как их амортизатор – «поглощает», то есть обеспечивает занятость и доходы, не только часть официально работающих (через вторичную занятость), но и значительную часть полностью и «частично» безработных (вынужденно работающих на условиях неполного рабочего времени или отправленных в административные отпуска).

6. Социальная защиты населения – одно из ключевых направлений сокращения бедности и снижения экономического неравенства населения. Она невозможна без совершенствования функционирования систем социального страхования и социальной помощи, направленных, соответственно, на улучшение финансовой устойчивости и повышение охвата и адресности этого института. Необходимы привязка конкретных механизмов социальной защиты населения к задачам государственной социальной политики, принципу адресности предоставления, темпам инфляции, а также переход на предоставление адресной социальной помощи на условиях заключения социального контракта.

Таким образом, любой стране, в том числе и России, необходимо укрепить и усовершенствовать усилия, направленные на улучшение медицинских условий, улучшения пенсионного страхования, в целях повышения уровня тех групп, которые находятся за пределом бедности и, соответственно, уменьшению количества бедных в стране.

Список использованных источников и литературы

1. Раймонд Ф., Мигель Э. Экономические гангстеры // Коррупция, насилие и бедность национальных масштабов, 2009. – URL: <http://www.livelib.ru/book/1000496887> (дата обращения: 4.03.13)

2. Горелова А.Ф. Другая молодежь Америки. Они вырастают в бедности // Коррупция, насилие и бедность национальных масштабов, 2009. – URL: <http://www.livelib.ru/book/1000599844> (дата обращения 4.03.13)
3. Островский. А.Н. Бедность не порок // Коррупция, насилие и бедность национальных масштабов, 2009. – URL: <http://www.livelib.ru/book/1000443348> (дата обращения 4.03.13)
4. Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма // Коррупция, насилие и бедность национальных масштабов, 2009. – URL: <http://www.livelib.ru/book/1000545559> (дата обращения 4.03.13)
5. Силланпя Ф. Праведная бедность // Коррупция, насилие и бедность национальных масштабов, 2009. – URL: <http://www.livelib.ru/book/1000169111> (дата обращения 4.03.13)

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДОЛЖНОСТИ ЭКОНОМИСТА

Лушина Т.Э., студент

Национальный Исследовательский Томский политехнический университет

Профессия экономиста очень известная на сегодня среди молодых ребят. Практически каждый абитуриент хочет поступить на экономический факультет, но при этом не каждый знает, чем занимается экономист, какие требования на данную вакансию [1].

Древние греки словом «οἰσονομία» обозначали управление хозяйством (οἶκος – домохозяйство, дом и νόμος – закон). Этот термин можно употреблять для обозначения теории и практики наиболее эффективного ведения хозяйства. Экономист-это специалист по осуществлению экономической деятельности предприятия, работа которого направлена на повышение эффективности и рентабельности производства, качества выпускаемой продукции и освоении новых видов, достижения высоких конечных результатов при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов. В целом экономисты, если говорить кратко, это специалисты по эффективной экономической деятельности. Вообще специальность «экономист» является смежной для таких профессий как бухгалтер, маркетолог, финансист, менеджер. В мировой практике их по обыкновению делят на три основные категории в зависимости от специализации в конкретных отраслях экономики:

Экономисты в области микроэкономики («микроэкономисты») – изучают различные экономические категории на уровне отдельных предприятий или домашних хозяйств. Например, они могут помочь отдельным лицам или предприятиям принять решения, которые с учетом текущих ресурсов и спроса способны обеспечить максимизацию прибыли путем прогнозирования возможного спроса на конкретные товары при условии установления на них определенных уровней цен. К этой категории относится большинство работающих экономистов.

Экономисты отдельных отраслей или секторов экономики, а также областей знаний («отраслевые», «индустриальные» или «организационные» экономисты) – применяют фундаментальные экономические законы, категории и методики для исследований в таких специфических отраслях как здравоохранение, образование, сельское хозяйство, экономика городского хозяйства и отдельных регионов, законодотворчество, история, энергетика, охрана окружающей среды и т. п. Большая их часть изучает структуру рынка определенных секторов экономики относительно количества конкурентов в пределах данного сектора и анализирует рыночные решения фирм-конкурентов и монополий. Эти экономисты также могут изучать различные аспекты проведения антимонопольной политики и ее влияния на структуру рынка.

Экономисты в области макроэкономики («макроэкономисты») – изучают исторически существующие в экономике всей страны либо группы стран тенденции, разрабатывают прогнозы относительно будущих тенденций в таких сферах, как уровень безработицы, инфляция, экономический рост, производительность и инвестиции [2].

Кроме вышеупомянутых основных категорий экономистов, общепринятым является их распределение и на более детальные специализации, которые в той или иной мере приближаются к этим категориям. Например, это могут быть следующие специализации:

- Экономисты в области монетарной политики или финансов;
- Экономисты в области мировой экономики («экономисты по международным экономическим отношениям»);
- Экономисты по труду и экономисты-демографы;
- Экономисты по государственным финансам;
- Экономисты – «эконометристы» [3].

Главной функцией экономиста является разрабатывать и координировать выполнение плановых задач на основе статистической отчетности. Они нужны там, где требуется планировать и рассчитывать финансы, где нужно контролировать расход средств, анализировать результаты работы предприятия и определять рентабельность. Назначают на должность экономиста лицо, имеющее высшее образование и степень специалиста или магистра по направлению « экономика».

Основные требования к соискателю на вакансию «экономист»

С каждым годом к соискателям на вакансию экономиста работодателями предъявляются все более и более жесткие требования. Это связано с тем, что современная экономика интегрирована практически во все сферы деятельности человека. Отсюда экономист должен:

- Во-первых, безусловно владеть математическим аппаратом, то есть владеть солидным теоретическим багажом – разбираться в законах экономической науки и законах развития общества как такового, уметь анализировать статистические данные и давать им верную интерпретацию, уметь мыслить не просто в соответствии с законами логики, но и обладать даром экстраполяции – распространения выводов из сегодняшних данных на будущее развитие ситуации с учетом действия всевозможных постоянных и временных факторов.

- Во-вторых, информационные технологии, плотно вошедшие в нашу жизнь, не могли не наложить своего отпечатка на работу специалистов этого направления. Специальные компьютерные программы, с одной стороны, существенно облегчают труд экономиста, но с другой – требуют повышенной компьютерной грамотности. Поэтому изучение информатики как базы, необходимой для освоения различных прикладных программ, также является неременной составной частью образования будущего экономиста.

- В-третьих, экономисту просто необходима богатая общая культура, которую дает гуманитарное образование. Философия, социология, политология – науки, владение которыми помогает экономисту не терять широты мышления, уметь видеть за деревьями лес, иначе говоря, вписывать конкретные события экономической жизни в более широкий общественный контекст и давать им правильную оценку.

- В-четвертых, ни одному уважающему себя экономисту не обойтись без знания правовых основ. Ведь экономисту приходится действовать не в абстрактно-отвлеченной среде, а в реальных условиях хозяйственной жизни, подчиненной строгим правовым нормам и юридическим законам.

- В-пятых, английский язык должен знать каждый грамотный специалист. Не надо думать, что английский пригодится в работе только тем, кто попадет на работу в зарубежную фирму или на совместное предприятие. Грамотный экономист, где бы он ни работал, обязан знакомиться со специальной литературой, а она в основном появляется на английском. Да и сама терминология экономической науки во многом основана на английском языке, так что в выигрышном положении здесь оказывается тот, для кого этот язык давно перестал быть тайной за семью печатями [4].

Но главное качество любого экономиста-способность к логическому мышлению, которую иногда называют математическим складом ума.

Из выше изложенного делаем вывод, что больше шансов преуспеть в роли экономиста имеют люди с высокой организованностью, внимательные к мелочам, приученные к порядку и аккуратности. Также большое значение имеет и общая эмоциональная устойчивость. Ведь экономисту, особенно начиная с определенного уровня, приходится решать «уравнения» со многими неизвестными и брать на себя ответственность за риск.

Список использованных источников и литературы

1. Должностная инструкция экономиста [Электронный ресурс]: ИНТАЛЕВ // официальный сайт российской консалтинговой компании – URL: <http://www.intalev.ru/> (дата обращения: 03.11.2012)
2. Экономист: свой среди чужих, чужой среди своих [Электронный ресурс]: Планета HR // профессиональный портал – URL: <http://planetahr.ru/> (дата обращения: 21.12.2012)
3. Руденков В.М. Проблема поиска работы выпускником ВУЗа специальности «мировая экономика» // журнал международного права и международных отношений/ В.М. Руденков.– 2005– № 2.– С.122-128.
4. Современные проблемы поиска работы [Электронный ресурс]: Вакансия от А до Я // сайт рекрутинговой компании – URL: <http://gc-vacancy.ru/> (дата обращения: 11.12.2012)

ПРОБЛЕМЫ ФИРМЫ КАК РЕЗИДЕНТА ОЭЗ ТВТ (ТВЗ)

Лычагина М.С., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Свободные экономические зоны технико-внедренческого типа создаются для стимулирования инновационного производства во всем мире. Они представляют собой территорию с особым, льготным режимом деятельности для инновационных фирм-резидентов. Это налоговые, финансовые, внешнеэкономические, административные, ресурсные льготы. Помимо этого, резидентам предоставляются офисы, лаборатории, оборудование, испытательные полигоны с применением пониженной арендной платы. Эффективность подобных зон связана также с тем, что в пределах одной зоны формируется комплекс фирм, заинтересованных в реализации единого инновационного проекта.

Становятся доступными обсуждения и консультации, «мозговые штурмы», конференции. Проявляется синергетический эффект.

Особая экономическая зона технико-внедренческого типа г. Томска создана Постановлением Правительства РФ от 21.12.2005 г. № 783 в результате победы Томской области в Федеральном конкурсе по отбору заявок субъектов РФ на создание на их территориях особых экономических зон технико-внедренческого типа [4].

Компании-резиденты ОЭЗ ТВТ «Томск» имеют следующие налоговые льготы:

- освобождение от налога на имущество (сроком на 10 лет);
- освобождение от налога на землю (сроком на 5 лет);
- освобождение от транспортного налога (сроком на 10 лет);
- пониженная ставка страховых взносов в социальные фонды;
- возможность использования упрощенной системы налогообложения (УСНО).

Таможенная процедура свободной таможенной зоны – иностранные товары размещаются и используются в пределах территории ОЭЗ без уплаты таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость, а также без применения к указанным товарам запретов и ограничений экономического характера. Российские товары размещаются и используются на условиях, применяемых к вывозу в соответствии с таможенной процедурой экспорта, с уплатой акциза и без уплаты вывозных таможенных пошлин.

Резиденты ОЭЗ ТВТ «Томск» арендуют помещения и дорогостоящее оборудование по льготной ставке, могут получить земельные участки под строительство капитальных объектов. В ТВЗ применяется венчурное финансирование проектов, резидент может воспользоваться услугами Фонда поддержки малых предприятий научной сферы. Через уполномоченные банки применяется льготное кредитование научно-технических проектов [1].

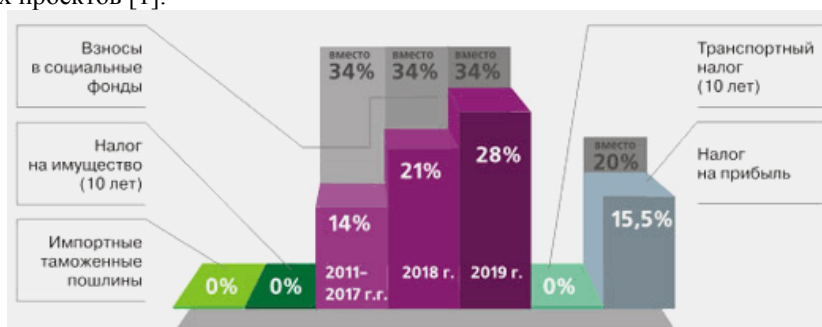


Рисунок 1. «Налоговые льготы в ТВЗ России» [1]

Для того чтобы стать резидентом ОЭЗ необходимо:

- Зарегистрировать юридическое лицо в муниципальном образовании, в границах которого расположена особая экономическая зона.
- Подать заявку на получение статуса резидента, бизнес-план и комплект необходимых документов в ОАО «ОЭЗ».
- Защитить инвестиционный проект на Наблюдательном Совете. В состав наблюдательного совета входят специалисты регионального уровня и проводят первичную экспертизу проекта. При необходимости – внести изменения в бизнес-план в соответствии с рекомендациями.
- Защитить инвестиционный проект на Экспертном Совете при Минэкономразвития России. В состав Экспертного совета входят специалисты федерального уровня, которые проводят экспертную оценку проекта и принимают решение о предоставлении статуса резидента.
- Заключить трехстороннее соглашение с Минэкономразвития России и ОАО «ОЭЗ» о ведении деятельности на территории ОЭЗ и получить свидетельство резидента ОЭЗ [1].

Резидентом ОЭЗ может стать и иностранная компания. Для этого ей необходимо создать дочерние структуры, зарегистрированные в границах того муниципального образования, в котором создана ОЭЗ. Привлечение прямых иностранных инвестиций – одна из главных задач российских особых экономических зон.

Резидентами ОЭЗ ТВТ «Томск» являются более 60 компаний, развивающих информационные, био- и нанотехнологии. Сегодня это известные инвесторы из США, Германии, Южной Кореи, Норвегии, Австралии и Тайваня. По состоянию на 2011 год объем инвестиций в проект достиг более чем 15 миллиардов рублей, продолжается строительство и проектирование более 20 объектов инфраструктуры, среди которых инженерный центр, научно-внедренческий центр, административно-деловой центр, центр инноваций и технологий, внутриплощадочные инженерные сети и коммуникации.



Рисунок 2. «Соотношение резидентов ОЭЗ ТВТ «Томск» [1]

Наиболее успешными резидентами являются НПФ «Микран» (разработка и производство телекоммуникационной аппаратуры), ООО НПП «Томская электронная компания» (разработка инновационных проектов в области электронного машиностроения), ЗАО «СИАМ» (разработка программы гидродинамических исследований скважин), ЗАО «ЭлеСи» (Разработка интеллектуальных высокотехнологичных систем контроля и управления для предприятий нефтегазовой отрасли).

По информации комитета статистики объем иностранных инвестиций в экономику Томской области в первом квартале 2011 года увеличился на 11,2 % и составил \$544 млн. от партнеров из 62 стран мира. Для сравнения: приток иностранных инвестиций в целом по России за первый квартал 2011 составил \$44,349 млрд, то есть на долю Томска приходится 2%. Это неплохой показатель, учитывая некоторые социально-экономические особенности города [2].

Рассмотрим общие проблемы, которые сдерживают деятельность ОЭЗ. Во-первых, льготы для резидентов, предоставляемые в России, не такие значительные, как, например, в Индии или Китае. В ТВЗ России отменяются не самые существенные налоги. Во-вторых, проблема заключается в жестком разделении зон по типам деятельности. В ОЭЗ ТВТ «Томск» разрешена только исследовательская деятельность, запрещается производство инновационного продукта. Мировая практика показывает, что таких разграничений быть не должно. Как правило, рядом с промышленными предприятиями создаются инновационные центры, которые и помогают внедрять разработки на производстве. В-третьих, строительство ОЭЗ в России велось с нуля. Это потребовало больших инвестиций, особенно в создание инфраструктуры. И, естественно, удлинит срок окупаемости инвестиций, который в инновационной деятельности и без того в среднем составляет 7-10 лет.

Главной проблемой для резидентов является привлечение капитала. Каждая ОЭЗ решает эту проблему по-своему. Так, например, в ОЭЗ «Томск» инвесторы имеют доступ к услугам государственного фонда поддержки малых предприятий в научно-технической сфере.

Компании-резиденты ОЭЗ «Томск» часто сталкиваются с проблемой отсутствия спроса на инновационную продукцию внутри страны. Только 2 % предприятий России интересуются новыми разработками. Поэтому инновационные компании стараются вывести продукцию за пределы страны. Выход «за пределы» уже давно не запретный плод для томских выпускников ВУЗов. Один из наиболее известных проектов функционирует с 2002 года. Выпускники ТУСУРа создали в центре Силиконовой долины – городе Купертино в США – компанию Tomsk Inc, занятую разработками программного обеспечения. В свою очередь в студенческом бизнес-инкубаторе «Дружба» был организован международный центр «Калифорния – Томск». В Сибири находится его российская часть, а основная – в США [5].

Перечисленные проблемы решаются на разных уровнях управления, редактируется законодательство, выделяются средства на развитие инфраструктуры, стимулируется применение инновационной продукции на промышленных предприятиях. Данные меры призваны обеспечить дальнейшее внедрение и развитие инноваций во всех сферах экономики страны.

Можно было бы применить такие эффективные меры, которые применяются в технополисах Японии. Там фирмам, относящимся к отраслям «высокой технологии», разрешалось списывать в первый год 30 % стоимости оборудования и 15% стоимости зданий и сооружений; государство оплачивало треть расходов по совместному проведению исследований префектурными лабораториями и мелкими фирмами [3].

В стимулировании развития отраслей народного хозяйства, в том числе работающих на экспорт, невозможно обойтись без использования общепринятых и доказавших свою эффективность инструментов: льготного кредитования и налогообложения, предоставления государственных гарантий под внешнее финансирование экспортного производства, предложения определенного «пакета» льгот и привилегий инвесторам, государственного содействия в продвижении отечественной продукции на внешние рынки. В области российской инновационной политики необходимо ставить задачи дальнейшего увеличения количества ТВЗ, применения мер по распространению инноваций,

разработанных резидентами, использования льгот для производственных фирм, поддержка экспорта наукоемкой продукции.

Список использованных источников и литературы

1. ОАО «Особые экономические зоны»: [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО «ОЭЗ», 2007-2012. – URL: <http://www.russez.ru/oez/innovation/tomsk/tomsk>, свободный.
2. Официальный интернет портал Томской области: [Электронный ресурс] / Администрация Томской области, 1998 – 2012. – URL: tomsk.gov.ru, свободный.
3. Ушаков В.В. Применение механизмов государственно-частного партнерства при формировании и развитии ОЭЗ // Российский экономический Интернет-журнал: [Электронный ресурс] / Интернет-журнал АТ и СО 2000 – 2009. – URL: <http://www.e-rej.ru>, свободный.
4. Федеральный закон Российской Федерации от 22.07.2005 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации».
5. Эксперт: [Электронный ресурс] // Эксперт Сибирь, 2012. – №24 (336). – URL: <http://expert.ru/siberia/2012/24/iz-studentov-v-rezidentyi>

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ: ТРУДНОСТИ И РЕШЕНИЯ

Любавина А.Г., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Значительное число проблем – таких, как обновление социальных и инженерных инфраструктур, модернизация жилищно-коммунального хозяйства, развитие дорожной сети – невозможно решить исключительно за счет средств региональных и муниципальных бюджетов.

Концепция государственно-частного партнерства (ГЧП, англ. Public-Private Partnership – PPP), представляет собой альтернативу приватизации жизненно важных, имеющих стратегическое значение объектов государственной собственности. Понятие и механизмы ГЧП укоренились и используются в мировой практике привлечения частных компаний для долговременного финансирования общественной инфраструктуры и управления ею, включая широкий круг объектов – транспорт, ЖКХ, благоустройство и т.п. В классическом понимании public (англ. общественный, общий) противопоставляется понятию private (англ. частный) и объединяет все «не частное», т. е. государственную власть, муниципальную или местную власть, а также общественные организации как силы, представляющие общество. Меньше проблем возникает с пониманием термина private, которым обозначается партнер, а также услуги или товары с целью получения прибыли.

На август 2012 года в России насчитывалось 276 проектов ГЧП на стадиях планирования, реализации и эксплуатации. Около 80% проектов ГЧП сосредоточено в сфере энергетики, а на транспортно-инфраструктурную сферу приходится менее 1% от общего объема. Потенциал развития инфраструктуры и применения модели ГЧП огромен, но и трудности, которые нужно преодолеть для достижения более ощутимой роли механизма ГЧП в новых проектах, очень велики. О каких уроках уже сегодня можно говорить, применяя опыт по отношению к России? [1]

Во-первых, необходимо научиться правильно выделять процесс управления. Проекты ГЧП по своей природе очень сложны. В их подготовке принимают участие, кроме государства, финансовые инвесторы, банки, подрядчики, операторы. Координация интересов всех этих сторон – важный процесс, и достижение результата – сложнейшая задача. Организация данного процесса привычными методами (переписка, рабочие группы и т. д.) приводит к достаточно быстрой потере интереса со стороны участников. Чем раньше регулирующие органы, иницирующие ГЧП, осознают необходимость выделения процесса управления в отдельную структуру с профессиональным персоналом и управлением, тем выше вероятность выживания проекта.

Во-вторых, важнейшей задачей государства является привлечение недостающего финансирования из частных источников финансирования, так чтобы на один государственный рубль приходилось 3 рубля частного капитала. Механизм ГЧП позволяет государству не участвовать в капитале проектной компании напрямую, сохраняя при этом контроль над основными операционными показателями с помощью контракта. Один из вариантов упомянутого контракта – договор концессии. Концессионные договоры не завоевали успеха в России. К причинам относительной неудачи можно отнести отсутствие уверенности у инвесторов в возврате вложенных средств. Так, строительство платной трассы Москва – Санкт-Петербург было приостановлено и находилось под угрозой срыва в течение года. Одним из методов снижения рисков при инвестициях в инфраструктурные объекты мог бы стать RAB (англ. Regulatory Asset Base – «регулируемая база активов») – метод доходности инвестированного капитала как принципиальная основа тарифного регулирования и определения необходимой выручки. RAB гарантирует инвестору, что инвестированный капитал вернется с определенной прибылью, адекватной стоимости его активов. Подобный механизм использовался, например, компанией «Астрахань-энерго», позволив значительно увеличить инвестиции в инфраструктуру в короткие сроки.

В-третьих, необходимо максимально минимизировать риски инвесторов. ГЧП в России получило поддержку на самом широком уровне, в том числе со стороны президента и премьер-министра. В 2005 году был создан Инвестиционный фонд для финансирования федеральных и региональных проектов ГЧП. Кроме того, в большинстве регионов РФ были приняты законы, регулирующие их деятельность. В частности, подготовлен законопроект, который позволит упорядочить механизмы отбора участников проектов и усилит ответственность государства при осуществлении проектов ГЧП, что должно снизить риски для частных инвесторов и привлечь на рынок новых игроков, таких как пенсионные фонды. Особое внимание к минимизации риска инвестора может существенно повлиять на успешность заключения контракта ГЧП, ведь чем ниже риск, тем больше спрос на проект со стороны инвестора. Если инициирующий госорган сможет адресовать риск-факторы инвестора на ранней стадии (например, профинансировав разработку технико-экономического обоснования), он сможет повлиять на ожидания по экономике проекта и повысить его привлекательность. Рыночная внутренняя норма доходности должна быть максимально высокой, когда проект только начинается с нуля, а во время развития проекта она постепенно снижается, почти доходя до уровня прибыльности государственных долгосрочных облигаций.

Четвертый урок, который необходимо извлечь России – это то, что ГЧП можно и нужно применять не только в сфере ЖКХ. На настоящий момент наибольшее распространение формат ГЧП получил в сферах водоснабжения и отвода, транспорта, добычи полезных ископаемых, энергетики. Проекты в этих сферах часто характеризуются потребностью в значительных первоначальных инвестициях, длительными периодами реализации и сроками окупаемости. В то же время потенциал ГЧП в таких отраслях, как здравоохранение и образование, по большей части не использован, в отличие от Европы и развивающихся стран, где сфера здравоохранения является второй по популярности для реализации механизмов ГЧП после дорожного строительства.

И наконец, последний пятый урок – это то, что успех приходит с опытом. Как показывает опыт, в период формирования практики ГЧП невозможно подготовить сразу работающий контракт. Значительная доля первых проектов заканчивается неудачно, но успех приходит по мере освоения темы. Каждая из сторон, работая в рамках местной специфики и местного законодательства, учится на практике, и не один год. Поэтому реальная ситуация такова, что первый контракт не будет работающим сразу, даже если на него потратить год и более и, как зачастую кажется, учесть все нюансы. Необходимо ограничить время, потраченное на подготовку контракта, и в какой-то момент принять решение о начале работы на его основе, понимая, что уточнения и изменения будут вноситься по мере запуска проекта в работу. Обучившись на примере нескольких контрактов, можно будет подумать об уточнении законодательства и создании более универсального стандарта.

В условиях глобализации совокупность факторов и условий инвестирования существенно усложнилась и расширилась. С позиции перехода к инновационной экономике инвестиционная политика в перспективе должна обеспечивать простое и расширенное воспроизводство социально-ориентированной рыночной экономики. Государственная инвестиционная политика должна обеспечивать реализацию важнейших стратегических направлений – инвестирование хозяйственного развития на основе применения высокоэффективных машин, оборудования и прогрессивных технологий, обеспечивающих постоянное увеличение нормы прибыли на капитал и решение социально-экономических проблем [2]. Именно поэтому в современный переходный период к инновационной экономике более рационально и экономически обосновано использовать категорию инновационно-инвестиционной политики. Реализация стратегических приоритетов на данной основе должна обеспечиваться надежной институциональной системой в первую очередь на базе стабильности и неотвратимости действия экономического и законодательно-правового механизма, а также путем постоянного повышения качества и совершенствования мобильности организационных систем управления [3].

Предлагаем выделить четыре направления, обеспечивающих развитие партнерства государства и бизнеса в инновационной сфере [4]:

- 1) путем предоставления государственных гарантий на привлечение предпринимательскими структурами заемных средств на внедрение наукоемких технологий и развитие научно-технического прогресса;
- 2) обязательной постановки на баланс как интеллектуальной собственности результатов научных исследований на базе реализации инновационных и инвестиционных проектов;
- 3) субсидирования за счет бюджетов всех уровней предпринимательских структур на НИОКР;
- 4) определения возможностей передачи созданной научно-технической продукции в счет погашения долговых обязательств предпринимательских структур перед государством.

Использование механизмов государственно-частного партнерства в России позволит избежать, с одной стороны, недостатков прямого государственного регулирования экономики, а с другой – «провалов» рынка. Основной аргумент в поддержку государственно-частного партнерства состоит в том, что и государственный, и частный секторы экономики обладают собственными уникальными характеристиками и преимуществами, при объединении которых формируются условия эффективных действий и достигаются наилучшие результаты. По этой причине выстраивание взаимодействия частного

и государственного секторов экономики становится на ближайшие годы одной из важнейших задач для региональных и местных органов власти.

Список использованных источников и литературы

1. Тимофеев А., Перапечка С. Государственно-частное партнерство: трудности и решения // The Boston Consulting Group, 2012. – с. 17-21
2. Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации. – М.: Дело, 2012 – 120 с.
3. Стратегический ответ России на вызовы нового века / Под общ. Ред. Л. Абалкина. – М.: Экзамен, 2003. – с. 281-311
4. Материалы круглого стола: «Государственные инвестиции в рыночной экономике: пределы и возможности» // Институт международных экономических и политических исследований РАН. – М.: Эпикон, 2006

МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ: ЭЛЕМЕНТЫ, УСЛОВИЯ, ОСОБЕННОСТИ

Макаров С.В., аспирант

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Переработка вторичного сырья – деятельность, связанная с выполнением технологических процессов по обращению с вторичным сырьем для обеспечения повторного использования в экономике полученных сырья, энергии, изделий и материалов, имеющих потребительские свойства. Таким образом, малое предприятие по переработке вторичного сырья представляет собой хозяйствующий субъект соответствующего масштаба, основной деятельностью которого является участие в технологических процессах по обращению с вторичным сырьем для обеспечения повторного использования в экономике полученных сырья, энергии, изделий и материалов, имеющих потребительские свойства.

Концепцию устойчивого развития, включая экономическую устойчивость, целесообразно рассматривать через призму влияния на развитие данной концепции значимых мероприятий в области социальных и экологических сфер. Потенциал устойчивого развития малого предприятия – это его возможность в период всего жизненного цикла достигать основные цели, сохраняя равновесное состояние даже под воздействием разнообразных факторов, самостоятельно адаптируясь к их влиянию за счет изменения качественного состояния и его улучшения.

В результате обобщения подходов к определению «устойчивое развитие малого предприятия» сформулировано авторское определение: устойчивое развитие малого предприятия – целенаправленное гармонизированное по экономическим, экологическим, социальным и институциональным параметрам долгосрочное улучшение состояния в изменяющихся условиях, не нарушающее баланса состояния внешней среды, способствующее достижению целей, сохранению стабильности главных характеристик предприятия и поддерживающее его конкурентоспособность на основе комплексного воздействия на основные параметры деятельности. Таким образом, устойчивое развитие малого предприятия является доминирующей парадигмой управления в условиях кризиса национальной экономики. В связи с этим, представляется целесообразным рассмотреть рыночные предпосылки устойчивого развития малых предприятий.

Мы считаем, что в рамках концептуальной модели устойчивого развития малого предприятия целесообразно привести систему управления устойчивым развитием в подчинение стратегии развития малого предприятия. То есть, система управления должна основываться на объективных данных, получаемых с использованием системы мониторинга.

По мнению автора, «механизм устойчивого развития малых предприятий по переработке вторичного сырья» определяется как процесс самоподдерживаемого развития предпринимательской инфраструктуры, основная задача которой состоит в переработке вторичного сырья для минимизации ущербов, наносимых обществу и окружающей среде отходами производства и потребления. Очень важным в этой связи является вопрос о вторичном сырье как источнике переработки. Под вторичным сырьем, как правило, понимаются различные материальные ресурсы, имеющие в конкретный момент времени возможность повторного использования в хозяйственной деятельности.

Следовательно, категория «повторно использоваться» содержит необходимость обработки субъективных экспертных мнений о возможности, эффективности и целесообразности вовлечения в хозяйственный оборот полученного вторичного сырья. Здесь необходимо указать, что полноценным вторичным сырьем имеющиеся отходы могут стать лишь тогда, когда они могут использоваться в хозяйственной деятельности или в качестве прямой замены первичного сырья, или в качестве абсолютно нового сырья без предварительных затрат на обработку и подготовку к повторному применению. В рассматриваемых ситуациях отходы могут быть либо вторичным сырьем, либо исходным продуктом или материалом для изготовления пригодного к вовлечению в хозяйственный оборот вторичного сырья.

Для практической реализации экологических целей и задач разрабатывается система конкретных мероприятий и действий, составляющая основу программы или ряда программ экологического менеджмента на предприятии [1].

Все проблемы, с которыми сталкиваются малые предприятия по переработке вторичного сырья, в работе разделены на три функциональные группы: административные, экономические и нормативные проблемы. Одной из наиболее важных административных проблем, к которым относятся проблемы государственного регулирования деятельности малых предприятий, является проблема государственного стимулирования утилизации отходов и потребления продукции, полученной из вторичного сырья. Как правило, данная проблема возникает в результате отсутствия развитых рыночных отношений в экономике.

По нашему мнению, данная проблема может быть решена за счет реформирования законодательства, а также стимулирования рыночных отношений, при которых цена продукта будет формироваться в зависимости от баланса спроса и предложения, а не в зависимости от полной себестоимости продукции, как это часто происходит в настоящее время. Аналогичное стимулирование целесообразно использовать по отношению к населению, когда проводится государственная политика популяризации раздельной утилизации создаваемых отходов и стимулируются мероприятия по предварительной сортировке отходов населением. Эффективность данных мероприятий можно рассчитать на основании сравнения предельных издержек обращения отходов и размеров экологических платежей государства.

Управление устойчивым развитием должно сопровождаться разработкой соответствующей программы, в которой на основе анализа внешней и внутренней среды с использованием стратегических и оперативных методов проводится анализ и компоновка основных элементов и шагов программы, увязанных между собой на основе единых критериев анализа (рисунок 1). Структурные компоненты объединяют все основные инструменты обеспечения устойчивости и создают предпосылки для формирования ресурсной базы для будущих поколений, что обеспечивает жизнеспособность малого предприятия на длительном промежутке времени.

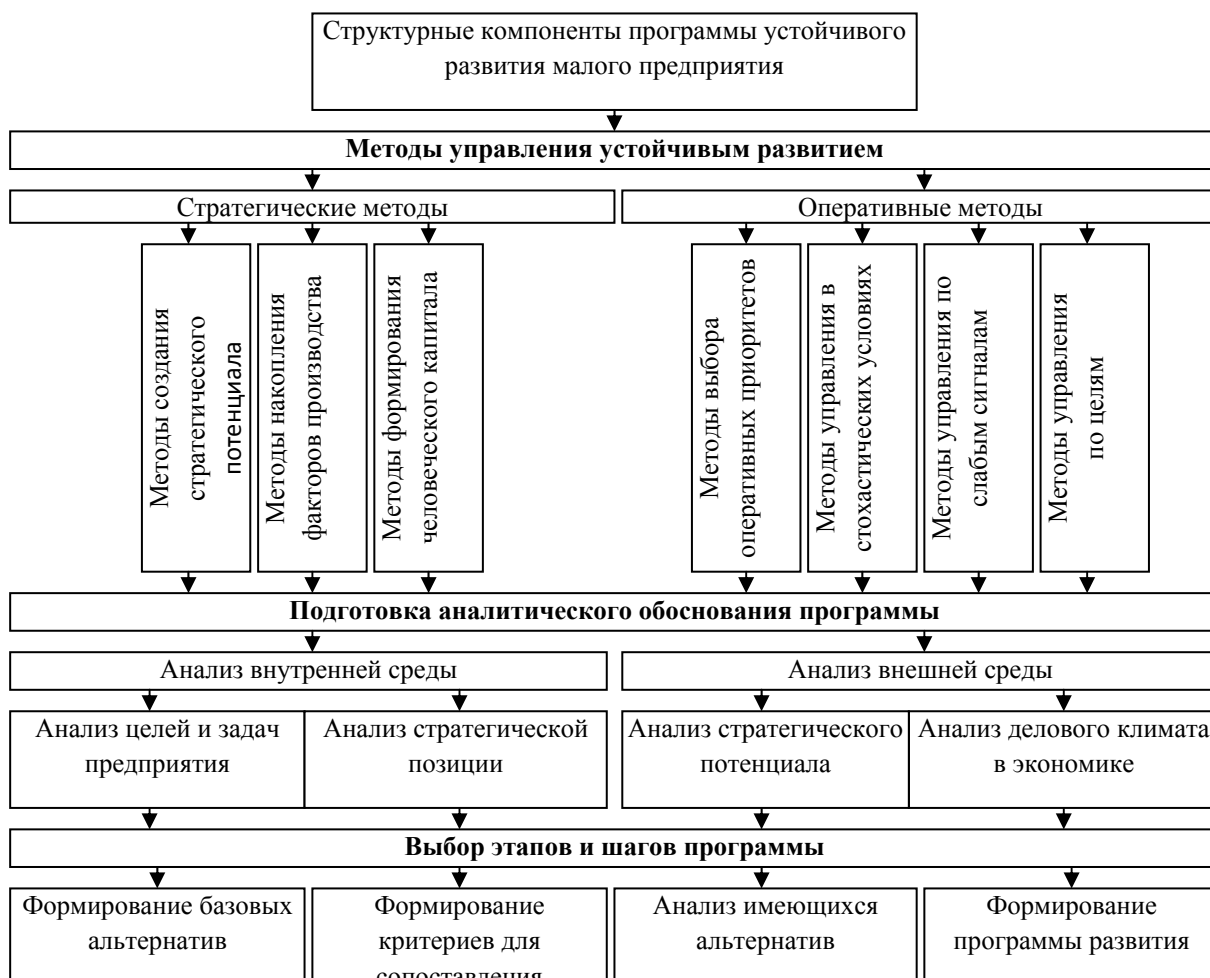


Рисунок 1. «Основные элементы программы устойчивого развития малого предприятия по переработке вторичного сырья»

Устойчивое развитие малого предприятия наблюдается только в том случае, когда выполняется следующее условие:

$$\left| \Delta_{max} - \bar{\Delta} \right| \leq \varepsilon,$$

где

Δ_{max} – максимальное отклонение фактического показателя развития от его планового значения:

$$\Delta_{max} = \max \left\{ \forall; \Delta_{max}^i = x_i^{\phi} - x_i^n \right\};$$

$\bar{\Delta}$ – среднее отклонение для всех показателей развития:

$$\bar{\Delta} = \frac{\sum_{i=1}^N (x_i^{\phi} - x_i^n)}{N};$$

ε – заранее заданная величина измерения стабильности;

x_i^{ϕ} – фактическое значение i -го измеряемого показателя развития;

x_i^n – плановое значение i -го измеряемого показателя развития;

N – общее количество измеряемых показателей развития.

При формировании программы устойчивого развития малого предприятия по переработке отходов целесообразно рассматривать устойчивость с учетом основных особенностей деятельности данной категории хозяйствующих субъектов. По нашему мнению, основными особенностями малых предприятий, основным видом деятельности которых является переработка вторичного сырья, являются: организационные особенности; экономические особенности; экологические особенности; социальные особенности.

С учетом указанных особенностей программа устойчивого развития может быть направлена на решение нескольких основополагающих целей применительно к конкретному предприятию:

- формирование команды квалифицированных руководителей, способных принимать эффективные управленческие решения в стохастических условиях развития внешней и внутренней сред функционирования малого предприятия, а также адекватно реагировать на изменение среды на основе слабых сигналов путем оперативной корректировки программы, изменения критериев отбора альтернатив, позволяющих обеспечить устойчивое развитие;

- создание информационно-аналитического фундамента, обеспечивающего качественную исходную информацию для отбора и анализа альтернатив, а также для формирования стратегического потенциала и человеческого капитала в условиях высокой текучести кадров и вредных производств, который должен удовлетворять следующим ключевым принципам: своевременность, проверяемость, адекватность, измеримость, сопоставимость;

- направленность управленческой деятельности на целевые ориентиры, сформулированные в программе и их сбалансированность между собой для обеспечения гармонизации развития;

- постоянное обновление и адаптация технологий переработки вторичного сырья и отходов, а также создание логистических каналов получения сырья вне зависимости от рыночных барьеров.

Таким образом, программа устойчивого развития должна быть формализована в рамках малого предприятия на заданный период времени в виде конкретных этапов и шагов. Сформированная программа должна учитывать не только рассмотренные требования, но и обладать гибкостью в части своевременной и безболезненной адаптации к изменениям внешней и внутренней сред, в которых действует малое предприятие, в том числе при появлении новых технологий и новых видов вторичного сырья.

Список использованных источников и литературы

1. Федоров М.А. Разработка системы управления окружающей средой (в части обращения с отходами) // Транспортное дело России, 2009. – №4.

ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС В РОССИИ

Мишина Р.И., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современные технологии проникают в каждую область человеческой деятельности. Сегодня уже невозможно работать так же, как и двадцать лет назад, ведь Интернет, предоставляет возможность значительно повысить эффективность любого бизнеса. Эта сфера деятельности начинает приобретать все

большее значение в современном мире, а точнее в нашей стране. Одним словом, «мы стоим на пороге новой экономики, которую называют Интернет-экономикой или экономикой цифрового мира, эпохи электронного бизнеса» [1].

На сегодняшний день самым распространенным способом продаж в виртуальной экономике являются Интернет – магазины. Своего рода это совокупность программ, работающих на Web-сайте, которые позволяют потенциальному покупателю дистанционно выбрать товар из каталога и оформить его заказ. Функции витрины и торгового зала выполняют «страницы» с иллюстрированным каталогом товаров, а консультантов - подсказки, инструкции и описания. Все остальное – как в обычном магазине. Даже в интерфейсе Интернет-магазина сохраняются привычные элементы, например виртуальная «тележка» («корзина»), куда покупатели по пути к кассе складывают выбранные товары [2].

Исходя, из этого электронная коммерция представляет собой обмен товарами и услугами на базе существующих связей с помощью электронных средств коммуникации между партнерами по бизнесу. Данное понятие считается синонимичным «электронному бизнесу» и «электронной торговле» [3].

Интернет-магазин удобен тем, что сокращаются многие расходы, которые имеют место в обычном магазине (его не нужно убирать, охранять и т.д.). А вот, касса, продавцы-консультанты, менеджеры, поставщики, служба доставки здесь все же необходимы. Преимуществом Интернет-магазина является то, что, например, продавцы и менеджеры не должны постоянно сидеть в офисе. Им достаточно иметь дома компьютер и доступ в Интернет. Кассиры также принимают платежи прямо в сети. Все намного проще и удобнее, чем в обычном магазине [4].

Казалось бы, что интернет – идеальная площадка для продаж, однако на сегодняшний день самыми главным недостатком является недоверие потребителей к продажам в Интернете. На рисунке 1 представлены основные недостатки электронных магазинов с точки зрения потребителей. Так, большинство претензий, связано с несовершенной системой доставки (25%). Исходя, из стереотипов следующим недостатком является неудобная система оплаты (19%). Также многие представители данного бизнеса пытаются установить высокую цену для получения прибыли, хотя этот фактор оказывает влияние на совершение покупки (14%), сложная система заказа (13%). Опрошенные респонденты высказывали претензии к недостаточно широкому ассортименту товаров (11%), долгий пошаговый процесс регистрации также отпугивает покупателей (10%).

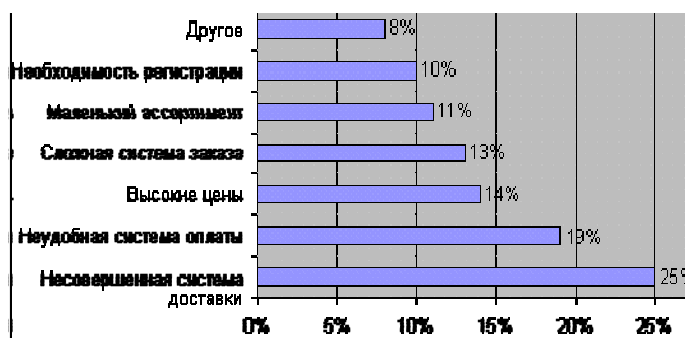


Рисунок 1. «Недостатки Интернет-магазинов с точки зрения потребителей» [5]

Прежде чем приступать к продвижению интернет магазина надо помнить, что для клиента он отличается от обычного только способом покупки. Поэтому необходимо посмотреть на сайт глазами посетителя, оценить его функциональность, удобство использования. Насколько быстро посетитель сможет зарегистрироваться, осуществить поиск товара, сделать и оплатить заказ или воспользоваться формой обратной связи. При создании сайта в Интернете следует обратить внимание на то, что потребители не могут вживую оценить товар. Поэтому, необходимы изображения товаров крупные, яркие. Каждый товар должен быть показан со всех сторон. Сейчас, часто применяется технология 3D показа товара. То есть, вместо картинок, пользователю предлагается 3D модель интересующего его товара, которую он может покрутить и рассмотреть со всех сторон [4].

Также для большего дохода необходимо постоянно расширять ассортимент продукции. Причем желательно продавать ее по меньшей цене, так как в настоящее время существует достаточно много других электронных магазинов. Плюс ко всему для привлечения большого числа потенциальных покупателей необходимо воспользоваться рекламой своего магазина в разных сервисах. Именно тогда появляется больше заказов со стороны клиента. Но для успешного бизнеса этого не достаточно.

Помимо удобства в оформлении заказа, предпринимателю стоит позаботиться, например, о четкости описания условий доставки товара и его гарантийного обслуживания. Не стоит забывать о том, что цены на продукцию и услуги следует указывать со всеми налогами и комиссионными сборами: обеспечив прозрачность, тем самым можно повысить лояльность посетителей. Также хорошим способом продвижения товара служит информация о скидках или акциях, привлекающая внимание пользователей на сайте.

Необходимо также вызвать доверие посетителя к онлайн-магазину. Сделать это довольно просто. Разместите на сайте адрес и телефон своего офиса, информацию о партнерах и сотрудниках магазина. Все это позволит существенно повысить отдачу от сайта и превратить сотни и тысячи потенциальных клиентов в реальных покупателей. Однако проблем и вопросов в отечественном секторе электронного бизнеса пока больше, чем ответов и готовых решений, работающих на практике.

В ходе опроса россиян о покупках в интернете за июнь 2011г., выявлено, что одну четверть доходов рынка интернет-торговли в рунете составляет выручка от покупки бытовой техники (25%). Как правило, бытовую технику покупают жители крупных городов. На втором месте – одежда и обувь (17%). Данный вид товара приобретается потребителями вне зависимости от места проживания. Затем – транспортные билеты (14%).

Доказано, что в небольших городках чаще покупают компьютеры (9%), а также косметические принадлежности (6%) и товары для детей (5%). Мобильные телефоны (12%) и продукты питания (3%), в свою очередь – покупки жителей крупных городов. А вот книги и диски, считающиеся традиционными товарами для интернета, в общей сложности приносят лишь 5% дохода рынку.



Рисунок 2. «Популярные товарные категории Интернет-торговли в рунете», июнь 2011 г. [6]

В целом для российского электронного бизнеса характерен пока невысокий уровень подготовленности к участию в экономических процессах, односторонние знания о них. Только сейчас в России стали появляться Интернет-компании в западном понимании – с системой менеджмента, четкой структурой, бизнес-планом и маркетинговой политикой.

Рассматривая электронный бизнес в качестве особого экономического явления, специалисты вынуждены регулярно обращаться к опыту других стран, анализировать достижения и рекомендации, разработанные за рубежом. Применительно к ситуации в России мы можем говорить пока, в основном, о перспективах развития электронного бизнеса, о том, каким он может стать в будущем [7].

По прогнозам Morgan Stanley объем российского рынка электронной коммерции вырастет с \$12 млрд в 2012 году до \$36 млрд к 2015 году, достигнув 4,5% от всех розничных продаж. В первую очередь это на руку «Яндексу»: уже сейчас около 87% онлайн-покупателей в России ищут товары через поисковые системы. Как пишет «Коммерсант» с ссылкой на прогноз Morgan Stanley, 2013 год будет переломным для российского рынка интернет-торговли. Поведение российских потребителей в онлайн во многом повторяет действия покупателей на западных рынках, но со значительным отставанием, отмечают аналитики [8].

Нам следует развивать собственный сектор высоких технологий, тем более, что, как утверждают многие специалисты, развитие электронной коммерции в России идет более высокими темпами, чем в ряде западных стран: ведь наша страна в определенном смысле идет по проторенной дороге и, следовательно, имеет возможность не повторять чужих ошибок. Конечно, многочисленных проблем нам не избежать. Однако любые трудности с лихвой окупятся переходом экономики на качественно новый уровень [9].

Конечно, в России пока невелико число онлайн-покупателей и продавцов, однако становится все более очевидным, что электронный бизнес, как и сам Интернет, уже стал неотъемлемой частью современного мира. Он не заменит обычный бизнес, так же как электронные документы не заменят традиционных бумажных, просто они будут сосуществовать.

Список использованных источников и литературы

1. Электронный бизнес в современной экономике [Электронный ресурс] – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3075> (дата обращения: 27.03.2013)
2. Что такое Интернет-магазин [Электронный ресурс] – URL: <http://www.expertplus.ru/stati/stati-22.html> (дата обращения: 27.03.2013)
3. Сидорова О.В. Электронный бизнес в современной экономике // Проблемы современной экономики [Электронный ресурс] // интернет-журнал. – М., 2010. – №2. – URL:

- <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-biznes-v-sovremennoy-ekonomike> (дата обращения: 26.03.2013)
4. Бизнес в блоге [Электронный ресурс] – URL: <http://biznesvbloge.ru/biznes-ideya-25-internet-magazin/> (дата обращения: 26.03.2013)
 5. Достоинства и недостатки Интернет-магазинов с точки зрения потребителей [Электронный ресурс] – URL: <http://www.webstarstudio.com/train/tr13.htm> (дата обращения: 26.03.2013)
 6. Ключевые показатели Интернет-торговли в России [Электронный ресурс] – URL: <http://rumetrika.rambler.ru/review/26/4756> (дата обращения: 27.03.2013)
 7. Аммосов М.Д., Шпагина М.Ю. От революции к эволюции. – М., 2012. – №14. – с 54.
 8. Переломный год для Интернет-торговли [Электронный ресурс] – URL: <http://foodmonitor.ru/2009-09-21-10-12-33/2009-09-21-10-13-20/7843-etrade.html> (дата обращения: 10.02.2013)
 9. Паршенцев А.А. Проблема и перспективы развития электронных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. – М., 2010. – № 3. – с 85.

ФОРМЫ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Морозова Е.В., студент

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета

В условиях рыночных отношений финансирование инновационной деятельности предприятий является важным элементом финансовой политики государства, так как активность инновационной деятельности предприятий является показателем экономического развития страны в целом. Разработка инновационных технологий, продукции позволяет повысить конкурентоспособность предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Одним из основных условий развития инновационной деятельности на предприятии является грамотное формирование финансовых ресурсов. Определение источников и форм финансирования инновационной деятельности предприятия является приоритетной задачей для эффективного функционирования предприятия и развития инновационной деятельности.

Особенностью выбора источников финансирования инновационной деятельности является их широкая альтернативность для удовлетворения одних и тех же инвестиционных потребностей предприятия. Данная альтернативность заключается не только в возможности привлекать как собственный, так и заемный капитал, но и в различии форм финансирования, применимых к различным видам источников финансирования. Развитие инновационной деятельности на предприятии требует достаточно больших капиталовложений, поэтому фирмам необходимо искать наиболее оптимальную структуру источников финансирования. Рассмотрим понятия «источники финансирования» и «формы финансирования» инновационной деятельности более подробно с точки зрения автора. Под источниками финансирования инновационной деятельности следует понимать существующие и ожидаемые источники получения финансовых ресурсов, перечень экономических субъектов, способных предоставить такие ресурсы для развития инновационной деятельности предприятия. Форма финансирования инновационной деятельности предприятия – это способ получения финансовых ресурсов от источника финансирования субъектом финансирования [2.С.56].

В развитых странах финансирование инновационной деятельности осуществляется как из государственных, так и из частных источников. Для большинства стран Западной Европы и США характерно примерно равное распределение финансовых ресурсов для НИОКР между государственным и частным капиталом.

В России поддержка инновационной деятельности предприятий является одной из приоритетных государственных задач. Поэтому для многих предприятий основным источником финансирования инновационной деятельности, помимо собственных средств, является государственное финансирование.

Рассмотрим наиболее приоритетные источники финансирования инновационной деятельности предприятий в России и выделим свойственные им формы финансирования.

Государственное финансирование инновационной деятельности может осуществляться из бюджетных и внебюджетных фондов финансирования НИОКР.

Предоставление бюджетных средств осуществляется в следующих формах:

1. Финансирование федеральных целевых инновационных программ, таких как «Национальная техническая база», «Развитие электронной техники в РФ», «Развитие гражданской авиационной техники», «Информатизация РФ», «Технологии двойного назначения», «Развитие промышленной биотехнологии», «Реструктуризация и конверсия оборонной промышленности» и др.

2. Финансовое обеспечение перспективных инновационных проектов на конкурсной основе. При этом, основными условиями для бизнес-планов, участвующих в конкурсном отборе, являются: возвратность, срочность, платность и обеспеченность.

Важнейшей формой финансирования инновационной деятельности является создание и функционирование внебюджетных фондов (Федеральный фонд производственных инноваций, Российский фонд фундаментальных исследований, Российский гуманитарный научный фонд,

Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства, Российский Фонд Технологического Развития и др.). Внебюджетные фонды – это форма перераспределения и использования финансовых ресурсов, предназначенных для реализации конкретных целей (социального, экономического, научно-технического, технологического, экологического характера) и для финансирования потребностей, не предусмотренных в бюджетах разного уровня. Инновационные внебюджетные фонды решают две основные задачи: обеспечение дополнительными, помимо бюджетных, средствами приоритетных направлений инновационное – инвестиционной деятельности и расширение инжиниринговых, информационно-консалтинговых услуг, управления и финансирования, бизнес – планирования инноваций.

Инновационные внебюджетные фонды создаются двумя путями. Один путь – это выделение из бюджета определенных инвестиционное – инновационных расходов, а другой – формирование внебюджетного фонда с собственными источниками доходов для инновационных целей. В развитых зарубежных странах инновационные фонды образуются двумя способами: одни выделяются из государственного или местных бюджетов, но сохраняют с ними тесные финансовые связи; другие создаются по особому решению законодательного органа для проведения активной и результативной инновационной политики. Финансирование инновационной деятельности предприятия рассмотренными источниками осуществляется в виде дотаций, грантов, государственных кредитов.

При акционерном (корпоративном) финансировании инвесторами выступают юридические и физические лица, получателями заемных средств – предприятия, организованные в форме акционерного общества любого типа.

Финансовые ресурсы на развитие инновационной деятельности предприятия аккумулируются путем размещения акций среди неограниченного круга инвесторов. В данном случае эмиссия ценных бумаг выступает рыночным долговым кредитом и является формой финансирования инновационной деятельности предприятия.

Кредитные инвестиции сегодня играют важную роль в финансовом обеспечении работы инновационных предприятий. Коммерческие организации финансируют инновационные проекты, обладающие реальными сроками окупаемости, имеющими источники возврата предоставляемых финансовых средств, обеспечивающих прирост инвестируемого капитала. Практика показывает, что кредитные инвестиции в отличие от бюджетного финансирования позволяют повысить эффективность инвестиционных мероприятий и в целом ряде случаев могут оказаться более приемлемым и удобным методом мобилизации денежных средств на длительные сроки, чем выпуск акций. Под кредитными инвестициями в данном случае понимаются такие формы финансирования инновационной деятельности, как коммерческий кредит, займы, лизинг.

Венчурное финансирование (англ. venture finance) – рисковое предпринимательство, направленное на использование технических и технологических новшеств, научных достижений, еще не используемых на практике. Такой вид финансирования связан с большим риском неполучения доходов по инвестициям. Венчурное финансирование можно представить как источник долгосрочных инвестиций, предоставляемых обычно на 5-7 лет, вновь создающимся или функционирующим в составе крупных корпораций организациям для их модернизации и расширения [1.С.101].

Определение источников и выбор форм финансирования является важным этапом разработки структуры финансирования инновационной деятельности предприятия. Представленная классификация позволяет предприятиям проанализировать различные источники получения денежных средств с точки зрения возможности применения той или иной формы финансирования инновационной деятельности на конкретном предприятии и создать на основании данного выбора механизм финансирования.

Список использованных источников и литературы

1. Большой экономический словарь: 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Ин-т новой экономики, 2010.
2. Барюгин Л.С. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учеб. / Л.С. Барюгин. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2004.

НЕОБХОДИМОСТЬ УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ В ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯХ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В «СТРАТЕГИИ-2020»

Муравьева А.А., студент

Национальный Исследовательский Томский политехнический университет

Ни для кого не секрет, что в сложившейся социально-экономической действительности в России необходимо проведение инновационной политики для развития страны и ее регионов. Для обеспечения инновационного развития России необходима выработка и реализация комплексной долгосрочной экономической политики государства, которая, в свою очередь, ориентируется на новую социальную политику и введение новых векторов роста. Именно для достижения этой цели была разработана «Стратегия-2020».

Прошло чуть больше года с момента опубликования Итогового доклада о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 года «Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика». За этот год часть положений Стратегии была отражена в указах В.В. Путина, часть – в программных документах Правительства. Некоторые результаты не были в должной мере восприняты властью страны. Часть экспертных групп, разрабатывающих Стратегию, высказали вещи, к которым специалисты то и дело возвращаются, т.к. это наиболее проблемные аспекты экономики (например, безопасность собственности, безопасный правовой режим бизнеса).

Россия стоит перед целым рядом вызовов и проблем. Для того, чтобы их решить необходима работа разных институтов и общественных площадок не только на уровне страны, но и на уровне регионов и городов.

В 2000-х годах господствующей тенденцией в отношении центра с регионами и муниципальными образованиями стала нарастающая централизация. В результате финансовая и политическая централизация достигла критического уровня. Построение управленческой вертикали не оставило возможностей не только для построения отношений с субъектами Федерации на основе принципов федерализма, но и для развития местного самоуправления [1].

Сейчас становится ясно, что необходимо создать условия для максимальной организационной и финансовой самостоятельности городов как центров экономического развития. Для этого, кроме делегирования части полномочий местным органам самоуправления, необходимо содействовать развитию и продвижению конструктивной гражданской активности «на местах», ведущей к самореализации, само- и взаимопомощи граждан и наращиванию социального капитала в сообществах.

Потребность в преобразованиях, в первую очередь, проявляет общество. В большей степени – молодые инициативные люди. Практика влияния молодежи на принятие политических и экономических решений существует. Другое дело, что в России она не так развита, как в некоторых зарубежных странах, но молодежные движения есть и это нужно развивать.

Понимание молодежью необходимости участия в переменах и в процессе выработки программы развития привело к созданию дискуссионной площадки на базе экономического клуба МГИМО *Oeconomicus* и Ассоциации мировой экономики Высшей школы экономики. Студенты ведущих российских вузов представляют общественности собственную стратегию социально-экономического развития страны под названием «Молодежная Стратегия-2020».

Основными принципами, которыми руководствуется «Молодежная Стратегия-2020», являются следующие:

- необходимость проведения глубоких институциональных преобразований;
- основной вектор реформ должен быть направлен на общую либерализацию экономической политики;
- необходимость принятия комплексных решений, которые учитывают все факторы сложившейся социально-экономической действительности [3].

Данные принципы созвучны с принципами разработчиков «Стратегии-2020».

В Презентации «Молодежной Стратегии-2020», которая прошла 4 июля 2012 года в РИА Новости, большое внимание уделили вопросу регионального развития. Молодые эксперты отметили, что необходимо предоставить больше полномочий региональному и местному уровням власти, в том числе и при реализации «Стратегии-2020» [4].

1 марта 2013 года состоялась Пресс-конференция «Стратегия 2020: встреча двух поколений», где встретились руководители экспертных групп по разработке доклада «Стратегия-2020» с участниками межвузовской исследовательской группы «Молодежная Стратегия-2020». На ней были представлены промежуточные результаты деятельности молодежных исследовательских групп в сфере образования, миграции и трудового законодательства. Молодыми экспертами были предложены новые пути решения проблем в этих сферах. Безусловно, этот вклад не останется без внимания и в будущем разработчики «Стратегии-2020» и молодые эксперты продолжат сотрудничество в рамках преобразования и совершенствования положений Стратегии.

При изучении участия молодежи Томской области в таких глобальных проектах, как Стратегия-2020, нужно отметить, что Томск по праву считается студенческим городом, в котором «выращивается» уже не первое поколение креативных и талантливых людей. Здесь созданы все условия для образования общественных молодежных организаций, участвующих в экономической, политической и социальной жизни региона.

Так, например, Молодежный Парламент, в рамках которого создан форум для обсуждения положений «Стратегии-2020» и их применения в нашем регионе. «Должна присутствовать позиция власти и позиция населения. Население должно участвовать в определении вектора развития, – считает председатель Томского молодежного парламента Владислава Ильяшенко. – Должны быть общественные обсуждения. Они есть. Но обсуждения пока не являются неотъемлемым элементом, так как позиция населения не всегда активна. Власть должна создавать условия для этого – через поддержку общественных объединений, через поддержку активности граждан. Власть должна поддерживать активность граждан законодательно» [2].

В рамках данного исследования автором было проведено анкетирование среди студентов города Томска. Целью данного анкетирования являлось получение информации об осведомленности студентов о «Стратегии-2020», их отношения к положениям Стратегии и степени заинтересованности в ее совершенствовании. Выдвинута гипотеза о том, что студенты Томска мало осведомлены о «Стратегии-2020», не знают ее положений, поэтому не могут проявить должного участия в ее совершенствовании.

В результате анкетирования было установлено, что большинство опрошенных никогда не слышали о «Стратегии-2020». А большинство из тех, кто слышал, узнали о ней от родственников, друзей или знакомых. Остальные слышали в СМИ или в вузе.

Более детально знакомы со Стратегией 12% опрошенных, из них равное количество опрошенных либо поддерживают «Стратегию-2020», либо затрудняются в своем решении. Всего 2% не поддерживают положения Стратегии.

Убедительное большинство опрошенных (83%) хотели бы узнать о «Стратегии-2020» больше информации. Но большее количество опрошенных не знают, хотели бы они поучаствовать в совершенствовании данной Стратегии. А из оставшихся – большинство человек все же хотели бы помочь усовершенствовать «Стратегию-2020».

Исходя из проанализированных данных, можно сделать вывод о том, что информационная поддержка «Стратегии-2020» в Томске находится на очень низком уровне. Студенты мало что знают о планах социально-экономического развития их страны. Хотя именно молодое поколение, как указано в самой Стратегии, должно стать «креативным классом» и способствовать этому развитию. Поэтому правительству необходимо обеспечить информационную осведомленность о «Стратегии-2020» и заручиться поддержкой молодежи при ее реализации.

Теперь следует перейти к конкретным рекомендациям.

1. Прежде всего, следует уделять внимание освещению положений и необходимости следования «Стратегии-2020» в СМИ, т.к. это верный способ расширить аудиторию заинтересованных и повысить осведомленность всех граждан.

2. Следует рассказывать о «Стратегии-2020» в вузах (а возможно и в школах), т.к. «креативный класс» формируется из молодого поколения с нестандартным мышлением, и для своевременной реализации Стратегии продуктивнее будет заручиться его поддержкой с самого начала формирования.

3. Повышать мотивацию гражданского участия следует путем введения конкурсов и грантов, т.к. борьба за достойный приз и склонность к соперничеству вызовут заинтересованность в совершенствовании Стратегии.

4. Будет полезно устраивать обсуждение правительства с гражданами о «Стратегии-2020», например, в режиме открытого диалога по «горячей линии» или на различных собраниях и выступлениях.

5. Еще одним способом повышения осведомленности и мотивации участия в совершенствовании Стратегии должен стать Интернет, т.к. этот ресурс обеспечивает одновременно возможность получения нужной информации и взаимодействие людей.

Следование данным рекомендациям поможет повысить информационную осведомленность всех граждан (в т.ч. и молодого поколения) о «Стратегии-2020» в городах и регионах, увеличит количество заинтересованных в поддержке и реализации данной Стратегии, будет способствовать увеличению мотивации к взаимодействию представителей «креативного класса» между собой и диалогу с правительством для развития социально-экономической системы. Ведь именно нынешней молодежи жить в будущей обновленной России.

Список использованных источников и литературы

1. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 года «Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика» – URL: <http://2020strategy.ru/data/2012/03/13/1214585985/itog.pdf>
2. Официальный сайт Законодательной Думы Томской области – URL: <http://duma.tomsk.ru/page/17325/>
3. Официальная страница «Молодежной Стратегии-2020» – URL: <http://mgimoeclub.com/>
4. Сетевое издание «РИА Новости» – URL: <http://ria.ru/>

ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Обложин С.Ю., аспирант

Гуманитарно-экономический и технологический институт (г. Москва)

Позитивные изменения общей макроэкономической ситуации в стране, постепенное преодоление последствий мирового финансового кризиса, повышение деловой активности предприятий и организаций, населения сопровождаются ростом числа проводимых банками операций. Достаточно агрессивная конкурентная борьба, ведущаяся российскими банками за своих клиентов, требует от менеджмента постоянной необходимости «уделять особое внимание вопросам предоставления клиентам

комплекса современных банковских продуктов и услуг и снижения неоправданных стоимостных, административных, процедурных, технических и технологических издержек (затрат) клиентов при их потреблении» [1]. Менеджмент большинства российских банков предпринимает усилия по повышению клиентоориентированности предоставляемого сервиса, внедрения передовых банковских технологий, продуктов и услуг, позволяющих существенно повысить скорость и качество проведения банковских операций, упростить осуществление расчетов для населения, создать условия для продвижения банковских продуктов и услуг в удаленные регионы с низким уровнем развития банковского обслуживания.

По сути, в современной российской экономике и таком ее важнейшем элементе как банковский сектор инновации стали представлять собой серьезное конкурентное оружие, использование которого ведет к снижению себестоимости продуктов и услуг, расширению их числа, формированию новых рынков, а, следовательно, возникновению новых источников доходов, привлечению новых клиентов, а в конечном счете – росту прибыли и стоимости банков. Кроме того, российская и зарубежная практика развития банковского сектора отчетливо свидетельствуют, что одной из важнейших причин обращения банков к инновациям является усиление роли потребителя (клиента) при формировании требований к качественным характеристикам продуктов и услуг.

Практическая значимость инноваций как инструмента развития российских банков и повышения качества предоставляемых ими услуг несомненна. Однако в экономической литературе изучение влияния инноваций на качество банковских услуг не получило должного внимания в качестве самостоятельного объекта исследования. Это объясняется, на наш взгляд, недооценкой значения инноваций в решении проблемы обеспечения качества предоставляемых банками услуг, недостаточной развитостью аппарата оценки эффективности влияния инноваций на качество банковских услуг. Решение этих проблем позволит, во-первых, расширить экономическое содержание банковских инноваций; во-вторых, выявить ключевые факторы влияния инноваций на повышение качества банковских услуг; в-третьих, сформировать методическую основу для эффективного использования инноваций в российских банках.

Инновации определены нами как результат целенаправленной деятельности субъекта по созданию новых или значительному изменению существующих объектов (продуктов, работ, услуг и др.) с целью удовлетворения новых и имеющихся потребностей самого субъекта или его потребителей (клиентов) и получения дополнительного экономического эффекта.

Особую роль в последнем играет то обстоятельство, что инновации становятся одним из главных инструментов повышения качества предоставляемых субъектом продуктов, работ, услуг. Таким образом, дополнительный экономический эффект, который приобретает субъект возникает от синергии с одной стороны новизны продукта, работы, услуги, а с другой стороны – их качества, что расширяет экономическое содержание инновации как экономической категории.

На основе анализа и обобщения точек зрения различных российских и зарубежных авторов на виды банковских инноваций сделан вывод о том, что систему классификации инноваций можно дополнить еще одним признаком. Его применение становится возможным в случае использования логики бенчмаркингвого подхода и сопоставления продуктового ряда банка с эталонным банком (группой ведущих банков, активно внедряющих инновации). Так, в зависимости от степени развитости инновационной деятельности банка инновации можно разделить на:

- **опережающие** – банк обладает уникальными продуктами и услугами, которые еще не внедрены в эталонном банке или функциональные возможности которых значительно шире тех, которыми обладают данные продукты и услуги в эталонном банке;
- **поддерживающие** – банк обладает продуктами и услугами, функциональные возможности которых аналогичны продуктам и услугам, представленным в эталонном банке;
- **догоняющие** – банк не обладает продуктами и услугами, которые уже имеют место в эталонном банке или функциональные возможности имеющихся продуктов и услуг существенно ниже представленных в эталонном банке.

Формализовать процесс отнесения инноваций к одному из предложенных можно следующим образом:

1. Определяется перечень банковских продуктов и услуг, имеющих место у исследуемого банка и банков, выбранных в качестве инновационных лидеров отрасли (сектора).
2. Исследуются текущие функциональные возможности предлагаемых клиентам продуктов и услуг.
3. Оцениваются перспективные функциональные возможности, которые могут быть предложены клиентам в будущем, в том числе на основе стандартов лучшей мировой практики.
4. По каждому продукту (услуге) определяется значение индекса, характеризующего степень развитости функциональных возможностей банка как доля внедренного функционала в величине внедренного и перспективного к внедрению функционала. Значение индекса изменяется от 0 до 1, где 0 означает отсутствие данного банковского продукта (услуги) в перечне предлагаемых банком продуктов (услуг), а 1 – наибольшую степень «продвинутости» функциональных возможностей банка.

	Текущие функциональные возможности банковского продукта (услуги) X					Перспективные функциональные возможности банковского продукта (услуги) X				
Исследуемый банк	+	+	+		+		+			
Банк-лидер 1	+	+	+							
Банк-лидер 2	+	+		+	+					
Банк-лидер 3		+	+	+	+	+				
Банк-лидер 4			+	+	+	+	+			
Банк-лидер 5	+	+	+		+		+	+		+

Рис. 1. Логика выявления функциональных возможностей банковского продукта (услуги) при расчете значения индекса

Если следовать этому примеру, значение индекса для банков-лидеров отрасли (эталонного банка) в целом составляет 0,9, поскольку их функционал в совокупности охватил 9 из 10 ячеек. Значения индекса для исследуемого банка составило 0,5.

Список использованных источников и литературы

1. Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года.

ЧЕШСКИЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ КАК ПРИМЕР ДЛЯ РОССИИ

Петлина А.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В России ипотека появилась в результате возникновения права частной собственности на землю. История ипотеки в России как таковая началась при императрице Елизавете Петровне в 18 веке. Фактически, до 1995 года в России развитие ипотечного кредитования ассоциировалось всего с двумя-тремя банками. Ипотечных программ было недостаточно, а процентные ставки составляли 14-15% годовых. Сегодня ипотека в России – это система долгосрочных кредитов, выдаваемых на приобретение жилья. Но в действительности история российской ипотеки насчитывает около 10 лет. Сама система ипотечного кредитования в России очень молодая и несовершенная. За всю свою историю российская ипотека претерпевала много различных изменений в плане законодательства и его усовершенствования. И в настоящее время требует дальнейших модификаций и модернизаций.

С точки зрения автора, опыт ипотечной системы Чехии может оказаться полезным для России, поскольку банковская система, и в частности ипотечное кредитование, Чехии очень успешно пережили мировой финансовый кризис – ни один банк в Чехии во время кризиса не только не обанкротился, но даже не стал убыточным.

Для того чтобы выяснить преимущества чешской ипотечной системы, и какие принципы и отлаженные механизмы ипотечного кредитования Чешской Республики можно было перенять России, необходимо провести сравнительный анализ основных ипотечных показателей, который отражен в таблице 1.

Показатель за 2011 год	Чехия	Россия
Средняя % ставка по ипотечному кредиту	3,58% годовых	11,9% годовых
Ставка рефинансирования	0,75 %	8,25 %
Ставка инфляции	1,9%	6,1%
Объем кредитования	141,197 млрд. крон =225,915 млрд. руб.	397 млрд. руб.
Численность населения	10 190 213	142 905 200
Объем кредитования на душу населения	22 169 руб.	2 778 руб.
Количество выданных ипотечных кредитов	73 тыс.	288 тыс.
Минимальный срок ипотечного кредитования	1 год	1 год
Максимальный срок ипотечного кредитования	30 лет	50 лет
Первоначальный взнос	0% - 90%	10-70% (есть 0%)

Минимальная сумма кредита	100 000 Кс= 160 000 руб.	100 тыс.руб.
Максимальная сумма кредита	Не выявлена	45 млн.руб.
Участники льготного государственного ипотечного кредитования	Молодые семьи, многодетные семьи, семьи, усыновившие детей.	Молодые семьи, военные, госслужащие, многодетные семьи, семьи, усыновившие детей, ветераны боевых действий, чернобыльцы, молодые ученые и т.д.

Таблица 1. «Сравнительный анализ основных ипотечных показателей в России и Чешской Республике»

а) Иностранные банки в Чехии играют по местным правилам: выдают кредиты лишь в национальной валюте – чешской кроне, финансируют реальный сектор экономики, в частности предоставляют ссуды малому и среднему бизнесу, имеют низкие процентные ставки по кредитам и маржу в среднем меньше 3% [2]. И тем самым гармонично вписаны в национальную экономическую политику. Также в Чехии не было ни кредитного бума до кризиса (в частности потребительского и ипотечного), ни падения во время его. За соблюдением умеренного и рационального поведения со стороны банков, независимо от происхождения их капитала, в Чехии жестко следит регулятор банковского рынка – Народный банк Чехии. Следует отметить, что опыт Чехии подтверждает, что надлежащее регулирование банковской отрасли и надлежащий контроль за ней со стороны государства является залогом финансово-банковской стабильности и доверия общества к банкам.

Соответственно актуален вопрос о необходимости сдерживания всеми субъектами банковского рынка профессиональной этики и правил честной конкуренции, в том числе в кризисные времена. В частности, такие явления, как борьба разных частей банковской отрасли друг против друга или пренебрежение законными интересами клиентов ради собственной прибыли, по их общему мнению, является абсолютно недопустимыми. В этом отношении для Российской банковской системы может быть полезным чешский опыт принятия и применения этического кодекса банкиров, введенного Чешской банковской ассоциацией.

б) Особенно интересным и полезным может оказаться чешский опыт ипотечного кредитования через стройсберкассы.

Образно говоря, стройсберкасса – своеобразная касса взаимопомощи, упрощенная версия которой хорошо известна многим россиянам с советских времен. Но стройсберкассы имеют и некоторые отличия: во-первых, на взносы участников начисляются проценты, во-вторых, за пользование кредитом надо заплатить. Однако проценты в данном случае небольшие, значительно ниже банковских. Кроме того, в России, где у граждан ощущается нехватка и средств для первоначального взноса, и кредитных историй, стройсберкассы могут помочь накопить необходимые средства, не предъявляя таких строгих требований к платежеспособности клиентов, как при получении банковского кредита. Благодаря этому стройсберкассы могут служить хорошим дополнением к классическим ипотечным механизмам.

Три аргумента в пользу чешского опыта накопления средств в стройсберкассах:

✓ Аргумент первый – успешный опыт стран Восточной Европы, где есть соответствующие законы. Для оценки перспектив развития стройсберкасс в России возьмем пример Чехии, где подобный закон был принят еще в 1992 году. За это время в систему стройсберкасс было привлечено порядка 11 млрд евро (более \$15 млрд) [2]. При этом число договоров, по разным оценкам, составило от 2,2 млн. до 2,8 млн. Если сравнить Россию с Чехией, то у нас населения в 15 раз больше, а доходы – раза в два ниже. Так, по самой грубой оценке, в стройсберкассах может быть мобилизовано около 70 млрд. евро (\$90 млрд.) [2].

✓ Аргумент второй – в России существует некое подобие стройсберкасс. В стране действует достаточно большое количество жилищных и жилищно-строительных кооперативов. Но действующие ЖСК пока не могут похвастаться значительными успехами: у них нет государственной поддержки, кроме того, население не очень доверяет им.

✓ Аргумент третий – из-за отсутствия закона, который регламентировал бы деятельность стройсберкасс, появляются мошенники, обманывающие людей. На данный момент так называемые «левые» стройсберкассы осуществляют свою деятельность по принципу «пирамид» со всеми вытекающими последствиями.

Также яркими защитниками внедрения опыта ипотечного кредитования с помощью стройсберкасс являются Полтерович Виктор Меерович [1]. Особенно ярко выражена мысль о необходимости применения данного опыта в России в докладе «Стройсберкассы могут дать старт созданию массовой ипотеки». Основной тезис настоящего доклада состоит в том, что создание системы ссудно-сберегательных институтов (ССИ) – строительно-сберегательных касс и строительно-сберегательных (жилищно-накопительных) кооперативов – необходимый этап в становлении массового

рынка ипотечного кредитования. Попытки перескочить через этот институциональный этап сопряжены с большими издержками и почти наверняка обречены на неудачу. Кооперативы здесь играют важную, но ограниченную роль, в то время как развитие стройсберкасс позволяет за 10–15 лет сделать ипотеку массовой, резко увеличить число жилищных кредитов, предоставляемых не только стройсберкассами, но и банками, и коренным образом улучшить культуру ссудно-сберегательного поведения значительной части населения.

Противником данной теории является Павел Крылов, Руководитель проекта «Ипотека» ЗАО МИАН. Он считает основным минусом этой схемы приобретения жилья то, что риск обесценивания накоплений из-за постоянного роста цен на недвижимость очень велик. Система стройсберкасс прекрасно вписывается только в стабильные рынки. На растущих же (а именно таким сейчас является рынок недвижимости России) – постоянное, хоть и замедлившееся сегодня увеличение цен не позволяет потенциальному покупателю быть уверенным в том, что накопленной суммы хватит на тот вариант, который ему подходит. Вполне возможно, что по прошествии нескольких лет у участника стройсберкасс так и не появится возможности улучшить свои жилищные условия.

В России, как описывалось выше, принято много законов, связанных с созданием рынка доступного жилья. Под вопросом остается лишь новый законопроект «О строительных сберегательных кассах», разработчики которого опирались на немецко-чешский опыт. Ипотека, убеждены авторы законопроекта, рассчитана на тех, у кого есть 30% собственных средств от общей стоимости жилья в качестве первоначального взноса. Но таких людей в России, по их подсчетам, не более 10% [1]. В таком случае сложно говорить о доступности жилья, о развитии ипотеки без роста-то доходов населения. Но пока предпосылок к значительному рывку в этом смысле не наблюдается. А стало быть, нужно искать выход, благодаря которому возможность решить жилищные проблемы получили бы граждане с относительно невысокими доходами.

Суть чешского альтернативного банковской ипотеке способа накопления средств в законопроекте в том, что строительная сберегательная касса осуществляет свою деятельность как специализированный банк. Вкладчик в течение определенного времени (но не менее двух лет) регулярно вносит в ССК деньги, накапливая 50% от предполагаемой суммы, которая необходима ему на жилищные нужды: покупку квартиры, доплату за обмен на большую площадь, ремонт. При этом на сумму начисляются 2–3% годовых. Учитывая важность решения жилищной проблемы для граждан России, законопроект предусматривает господдержку стройсберкасс за счет средств федерального бюджета. Господдержка заключается в начислении премии на вклад в размере 20% от ежегодного прироста вклада. При этом поощряемый прирост вклада – не более 70 тысяч рублей, а максимальный размер государственной премии на такой вклад в расчете на год на одного россиянина не может превышать 14 тысяч рублей. Когда накопленная сумма составит 30-50% от стоимости квартиры, вкладчик приобретает право на получение кредита в объеме, необходимом для покупки жилья. Период ожидания вкладчика может составить от двух до шести месяцев. Положительное решение будет зависеть и от того, есть ли в стройсберкассе необходимые деньги (достаточность объема распределяемой массы). Кредиты, предоставляемые стройсберкассами, будут выдаваться на срок, как правило, от 7 до 15 лет. Процентные ставки по кредитам, как ожидается, составят не более 3% годовых.

По мнению разработчиков закона, за ближайшие несколько лет закон, кардинально не изменит ситуацию на рынке жилья. Но уже в течение первых четырех-пяти лет в систему ССК будет вовлечено до 500 тысяч россиян, а за 30 лет им воспользуется примерно половина населения страны.

«Плюсы» строительных сберегательных касс [3]:

1. Механизм ССК рассчитан на тех, чья ежемесячная зарплата составляет не более 20 тысяч рублей. И это очень большой плюс. При такой зарплате, считают авторы закона, человек сможет сберегать в месяц одну треть своего заработка. За год выходит примерно 70 тысяч, на которые «накладывается» премия от государства – те самые 14 тысяч.
2. Для ССК не важно, какая у вас зарплата – белая или в конверте. Справок о подтвержденном доходе не требуется, так как, внося в течение определенного времени деньги и накапливая необходимую для получения кредита сумму, человек доказывает свою платежеспособность.
3. Несомненно, путь приобретения квартиры через ССК более долгий, но для огромного числа наших сограждан, не относящихся к среднему классу, он представляется самым реальным.
4. По мнению ряда аналитиков, стройсберкасс позволяют привлечь на рынок жилищного кредитования людей, ранее из-за низких доходов в нем не участвовавших. Кроме того, важная роль ССК заключается в их влиянии на массовую экономическую культуру, так как они являются, по сути, школой сберегательного и долгового поведения.
5. Эксперты (и здесь хотелось бы в первую очередь сослаться на мнение двух московских ученых: академика Виктора Полтеровича и кандидата экономических наук Олега Старкова) указывают на то, что создание ССК ни в коей степени не отменяет развития программ социального жилья. Более того, симбиоз стройсберкасс с такими программами представляется весьма эффективным, в частности, для обеспечения жильем военнослужащих.
6. Стройсберкасс создают легко прогнозируемый спрос на жилье, более того, на недорогое жилье. Накопление значительных ресурсов в ССК побудит власти расширить предложение земли,

облегчит банковское кредитование застройщиков и стимулирует строительство массового жилья. Будут расти объемы строительства, соответственно со временем стабилизируются и цены на недвижимость, прогнозирует часть экспертов.

«Минусы» принятия законопроекта «О строительных сберегательных кассах» [3]:

1. Основными «врагами» стройсберкасс могут стать, во-первых, обычная инфляция, покрыть которую предполагаемая «премия» от государства – 14 тысяч – просто не в состоянии, а, во-вторых, рост цен на жилье. В результате вклад в ССК может обесцениться настолько, что накопленной суммы не хватит ни на что. В этом отношении ипотека выглядит куда привлекательнее, поскольку позволяет получить жилье сразу и по фиксированной цене.
2. Существует немаловажный вопрос: как долго придется копить на первоначальный взнос (не в рамках законопроекта, а в реальности)? В куда более благополучной Германии – примерно лет восемь, у нас же прогнозы вызывают сложности.
3. Споры вызывает и размер «государственной премии» вкладчику ССК. Действительно, как бы ни была приятна поддержка со стороны государства, но сопоставимы ли 14 тысяч рублей и стоимость одного квадратного метра жилья?
4. Большинство экспертов также сомневаются в успешности работы стройсберкасс, если они будут лишены активной поддержки государства, в первую очередь, если государство не возьмет на себя субсидирование процентной ставки.
5. Самые ярые противники ССК время от времени говорят, что эта система напомнит населению финансовые пирамиды и преодолеть страхи граждан по поводу того, касса не выполнит своих обязательств, будет сложно. Именно по этой причине, утверждают они, стройсберкасс должны создаваться только при заслуживших доверие у населения банках, которые также будут нести ответственность за сохранность вкладов в ССК. Заметим, что в проекте закона предусмотрена норма для защиты вкладов: ССК просто обязаны будут создать страховой фонд в размере 1,5% от общей суммы вкладов.

Вопросов относительно стройсберкасс и их роли в развитии жилищного кредитования, в решении проблемы доступности жилья пока остается довольно много. Приживутся ли ССК на российской почве, дадут ли положительные всходы, покажет время [3].

с) Как известно, процентная ставка по ипотечному кредиту напрямую зависит от ставки рефинансирования, которую озвучивает Центральный Банк России, который в свою очередь находится в прямом контакте с государственной властью, то есть с правительством России. Если мы сравним ставки рефинансирования в России и Чехии, то картина сложится однозначная. В Чешской Республике государство явно заинтересовано в развитии рынка доступного жилья и улучшении жилищных условий для своих граждан, что характеризуется ставкой рефинансирования равной 0,75 %. Отсюда и низкие ипотечные проценты – 3, 58% годовых. В России же изначально ставка рефинансирования находится на высоком уровне – 8,25%, и соответственно ипотечный процент очень высокий – 11,9% годовых. Возможно установление низкой ставки рефинансирования Чешским Национальным банком (ниже единицы) является совершенно невыгодным, но это характеризует четкую государственную политику, направленную на развития ипотечного кредитования в стране. Этот пример государственной заинтересованности и поддержки ипотечного кредитования следовало бы рассмотреть нашему правительству в качестве хорошего примера для подражания. Следует отметить, что на столь невысокую ставку рефинансирования в Чехии влияет также очень низкий процент инфляции – 1, 9, по сравнению с нашим официальным процентом – 6,1. Опять же государственные меры предотвращения роста инфляции оказывают положительное воздействие на развитие ипотечного рынка.

Список использованных источников и литературы

1. Виктор Полтерович. Система ипотечного кредитования бывших социалистических стран. Строительные общества: перспектива для России [Электронный ресурс] // Критика Российских реформ отечественными и зарубежными экономистами – URL: <http://www.reforms.ru/polterovich.htm>
2. За время кризиса ни один банк в Чехии не обанкротился [Электронный ресурс]: FINANCE.UA: финансы Украины, курсы валют, котировки акций, ставки кредитов и депозитов, экономические новости – URL: <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2011/04/01/233429>
3. Стройсберкасс [Электронный ресурс]: New Projects, управление недвижимостью – URL: http://www.newprojects.ru/ru/newspaper_spb/29/ipoteka/22.html

КАКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕКИ В РОССИИ?

Петлина А.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Судьбу российской ипотеки в свете недавнего экономического кризиса обсуждают все чаще и чаще. Как известно, наша российская модель ипотеки изначально развивалась как американская модель

ипотечного кредитования. В самые первые дни после известия об обвале американского, а затем и британского ипотечного рынка российские финансисты заговорили о необходимости свернуть ипотечные программы, в частности и масштабное кредитование в целом. Причина проста. Основным источником финансовых ресурсов для российских банков служили заимствования на Западе – кредиты крупнейших мировых банков, секьюритизация (по сути – перезаклад) ипотечных кредитов, проведение IPO (массовое размещение акций и других ценных бумаг среди розничных акционеров) [3]. В результате кризиса «свободных» денег у западных финансистов стало меньше, а их «цена» заметно выросла. Частично проблему решает российский Центробанк, который проводит рефинансирование российских коммерческих банков. Однако понятно, что ресурсы Центробанка ограничены и несравнимы с деньгами западного финансового мира. В итоге российские банки, с одной стороны, потеряли источник «длинных» (на долгие сроки) и «дешевых» (под маленький процент) денег в виде западных финансовых структур, а с другой – должны отвечать по обязательствам. Поэтому не удивительно, что скептики уверяют, что в ближайшем будущем ипотечные сделки полностью исчезнут с рынка недвижимости и купить квартиру можно будет только за наличные средства, оптимисты – не видят в развитии ипотеки никаких проблем. Ипотека в России действительно испытывает определенные сложности...

С одной стороны, в условиях уже не только финансового, но и экономического кризиса, когда многие потеряли работу и еще у большего количества занятых сократились доходы, резко сократился спрос на ипотеку. По данным агентства («Дельта Кредит»), в прошлом году средняя сумма кредита составляла 150 тысяч долларов [1]. В нынешний же момент она упала до \$70 000, а в регионах и до \$50 000. Основные причины отказа людей от ипотечного кредитования хорошо известны: низкие доходы, высокие процентные ставки, риски последующего понижения цены покупаемого объекта недвижимости, нестабильность валютных курсов, сокращение целевой аудитории. Однако, можно встретить мнение, что отказ от получения кредита вызван сейчас отнюдь не повысившимися процентными ставками. Учитывая то, что первоначальный взнос также увеличился, общая сумма кредитов снизилась, и ежемесячные платежи, таким образом, остались по суммам почти такими же, как были. Самая главная причина отсутствия ипотечного клиента с этой точки зрения – нет позитивной информации о предложениях по ипотеке со стороны банков и о размерах процентных ставок по ним: большинство потенциальных заемщиков полагает, что банки предоставляют ипотечные кредиты лишь под 35%. Поэтому ипотеку берут сейчас лишь те, кто без этого просто не может обойтись.

Проведя исследования в студенческой и ученой среде нашего Университета, можно с уверенностью сказать, что для более 50% ипотека является единственным шансом приобретения собственного жилья, в отличие от советских времен. Но разве подобный слой населения может позволить взвалить такое бремя? Оказывается, может: больше половины опрошенных могут платить приведенные ниже проценты по ипотеке, по их словам лучше отдавать деньги за собственное жилье и быть уверенным, что оно будет когда-то полностью принадлежать тебе, чем отдавать почти те же деньги за аренду чужого жилья. Но помимо процентной ставки есть и другие аспекты, которые воспринимаются уже более категорично. Например, первоначальный взнос и залог в качестве имеющегося имущества. Существует много и других причин для объяснения такого рационального и выжидающего поведения.

Проанализировав условия предоставления ипотеки 9-ю банками Томска, можно с уверенностью сказать, что предложения варьируются от минимума до максимума [2]. Ставки рефинансирования от 11, исключая инклюзивные предложения, до около 23 % годовых. На деле же оказалось, что слухи о невероятно огромных ставках всего лишь непроверенные слухи. Люди просто не имеют свежей и динамичной информации в данном секторе банковских услуг.

В 2010 году 76% от общего количества выдаваемых кредитов приходилось всего на 6 банков: Сбербанк (55%), ВТБ 24 (10%), Транскредитбанк (4%), банк «ДельтаКредит» (2%), «Московское ипотечное агентство», Росбанк; в то время как в течение 2011 года на российский рынок ипотечного кредитования вышли 50 новых игроков. Таким образом, в 2011 году ипотеку в России предлагали 638 банков.

Особенно отмечается также резкий подъем объема ИЖК осенью 2011 года, когда многие граждане перестали ждать второй волны кризиса, который мог бы привести к снижению цен на жилье. По словам специалистов, сейчас практически ни одна альтернативная цепочка по купле или продаже жилья не обходится без ипотечного кредита. В 2011 году достигнут рекордный показатель по выдаче объемов ипотечных кредитов в общем, который почти догнал докризисный уровень. По данным экспертов, по состоянию на начало осени в 2011 году выдано более 288 тыс. кредитов на сумму 397 млрд. руб., что в два раза больше, чем за тот же период прошлого года [1].

Лидер ипотечного рынка – Сбербанк России – в первом полугодии 2011 г. выдал ипотечных кредитов на 129 млрд. рублей, почти в два раза превысив прошлогодние результаты [2]. При этом доля госбанка сохранилась на уровне конца 2010 года и составила 48%. Два других госбанка – ВТБ24 и Газпромбанк – росли более быстрыми темпами (139 и 183% соответственно), увеличив долю рынка в среднем на 1,5 п. п. [1]. Это и не удивительно, что популярность банков с государственным участием имеет место быть. Это можно объяснить целым рядом факторов: разветвленная сеть филиалов, которая досталась «в наследство», как это произошло со Сбербанком, или была создана уже в ходе деятельности последних лет. В случае с ВТБ, успех можно объяснить грамотно построенной рекламной компанией, в

которой была подчеркнута связь банка с государственными структурами, что повышает надежность и доверие к этому банку со стороны заемщика.

Замыкают пятерку лидеров по темпам роста два банка с иностранным участием. Впечатляют результаты Абсолют-банка: несмотря на то, что он фактически выставлен на продажу, объемы ипотечного кредитования с начала 2011 года выросли в пять раз. Схожие темпы (почти 450%) продемонстрировал Райффайзенбанк, оказавшийся в результате на пятом месте. Высокие темпы роста показали и другие банки с иностранным участием, в частности БСЖВ (236%), Нордеа Банк (110%) и Юниаструм-банк (142%) [3].

Так же особенно отмечается резкий подъем объема ИЖК осенью 2011 года, когда многие граждане перестали ждать второй волны кризиса, который мог бы привести к снижению цен на жилье. За 10 месяцев 2011 года в России было выдано больше ипотечных кредитов, чем за весь 2008 год. Если же сравнивать с 2010 годом, то по числу кредитов объемы выдачи превышены в 1,8 раза, в денежном эквиваленте – в 2 раза [3]. Рынок ипотечного кредитования перешёл от посткризисного восстановления к росту. Продолжительность этого роста будет зависеть, прежде всего, от ситуации на мировых финансовых рынках.

Так же, рассматривая тенденции развития рынка ипотечного кредитования в РФ можно отметить постоянное увеличение доли ссуд, предоставляемых на покупку жилья в рублях. На рисунке 6 приведена динамика валютной структуры ипотечных кредитов за 2006-2011 гг. [2].

Средние процентные ставки по ипотеке в РФ на протяжении нескольких лет колеблются в пределах 15% по ссудам предоставленным в рублях, и 11%- по ссудам предоставленным в иностранной валюте [2]. При этом средневзвешенный срок кредитования составляет 15 лет. В итоге, ставки по ипотечным кредитам в рублях сейчас находятся на минимальном уровне за всю историю развития рынка ипотеки. Средняя ставка по рублевым жилищным кредитам, предоставленным заемщикам в июле 2011 года, составила 11,9 процента годовых. Это минимальный уровень ставок: в июле 2010 года кредиты предоставлялись по ставке 13,2 процента, в декабре 2010 года – 12,6 процента [2]. Динамика средневзвешенных процентных ставок по ипотечным кредитам в рублях и иностранной валюте за последние несколько лет представлена на рисунке 7 [2].

Размер годовой процентной ставки в настоящее время определяется двумя основными факторами [2]:

- 1) Валютой кредита;
- 2) Размером первоначального взноса. При этом, среди всех коммерческих банков царит абсолютное согласие в следующем – отечественные деньги (рубли) дороже, чем иностранные, а так же – чем ниже величина первоначального взноса – тем выше стоит устанавливать процентную ставку по кредиту. Разница при этом составляет от 1 до 2-3%.

Нужно также отметить, что участники рынка отмечают существенное ужесточение конкуренции. Специалисты утверждают, что сейчас работать на ипотечном рынке сложнее, чем, например, до кризиса 2008 года. В связи с ростом популярности ипотечных кредитов количество участников рынка увеличивается как в результате возвращения опытных игроков, так и за счет агрессивных новичков, которые пробуют предложить клиентам новые технологии получения кредитов. Неудивительно, что по итогам первого полугодия 2011 года основные участники рынка продемонстрировали взрывные темпы роста ипотечного кредитования, как показано на рисунке 5. В результате по итогам первого полугодия по сравнению с аналогичным периодом прошлого года доля топ-10 банков по объему выдачи выросла с 68 до 74%.

Результатами кризиса стала также устойчивая тенденция к увеличению доли просроченной задолженности. По сравнению с 2008 годом просроченная задолженность в 2009 году увеличилась в 3 раза. Динамика просроченной задолженности, а так же ее региональная структура приведены на рисунке 8.

Структура просрочки по ипотечному кредитованию в разрезе регионов в абсолютных цифрах практически соответствует структуре ипотечного рынка в целом [2]. Но, если рассматривать её, обращая внимание на долю просрочки, то здесь лучшее положение занимает Тюменская область. Являясь одним из лидеров по объему кредитования покупки жилья, она выделяется еще и низкими показателями величины задержек оплаты кредитов: просрочка по ипотеке в Тюменской области не превышает 1%.

Регионы-лидеры по объему выданных ипотечных жилищных кредитов в рублях и в иностранной валюте на 1 августа 2011 года представлены на рисунках 9 и 10. Явными лидерами здесь являются Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Тюменская область.

Таким образом, несмотря ни на что, ипотечное кредитование в настоящее время продолжает набирать обороты, причем довольно внушительными темпами.

Можно сделать вывод, что нынешние «поскризисные» рекомендации ничем не отличаются от «докризисных». Потенциальному заемщику необходимо вести себя так же, как и раньше: не скрывать информацию о себе, вспомнить все, что было, по своей кредитной ситуации, не надеяться, что банк забудет или не заметит каких-нибудь нюансов финансовой биографии. Рекомендуется также взвесить все за и против, оценить свои возможности – прежде всего по ежемесячным выплатам. Иными словами,

подумать о том, насколько хватит сил существенно урезать семейный бюджет ради своевременного расчета с банком, если ситуация будет развиваться не совсем благоприятно.

В итоге соглашусь с тем, что ипотека сегодня гораздо выгоднее, чем принято думать. Ставки по кредитам понизились, но при этом подорожало само жилье. А это значит, что за покупку конкретной квартиры (именно она ведь является конечной целью, а вовсе не сам кредит) платить сегодня придется не больше, чем в докризисный период.

Список использованных источников и литературы

1. Банк «ДельтаКредит» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.banki.ru/banks/bank/?ID=17061>
1. Ипотека в банках Томска [Электронный ресурс] – URL: <http://banki70.ru/product/credit/ipoteka>
2. Ипотека в России: состояние и перспективы [Электронный ресурс] – URL: <http://www.bpn.ru/publications/27977>
3. Хуторных Е., Письменная Е., Иваницкая Н. Ипотека в резерве // Ведомости. – 2011. – 6 марта.

ВЛИЯНИЕ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ (ВТО) НА ИТ – СФЕРУ

Пилецкая А.Ю., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В статье рассматривается влияние вступления России в ВТО на сферу ИТ-технологий. Особое внимание уделяется условиям импорта в Россию компьютерной и оргтехники, а также условиям защиты интеллектуальной собственности. Описываются возможные препятствия на пути развития ИТ-компаний.

Информационные технологии все больше и больше внедряются в различные сферы деятельности человека. Сейчас трудно представить, чтобы у современного молодого человека не было персонального компьютера, смартфона и странички в какой-либо социальной сети. Но это лишь верхушка айсберга. Наиболее важными сферами внедрения ИТ-технологий является промышленность, производство. Начиная от маленькой типографии и заканчивая нефтяными гигантами – всюду необходимы ИТ-технологии.

На развитие ИТ-сферы в стране влияет наличие как технической, так и интеллектуальной базы. Здесь наблюдаются диаметрально противоположные ситуации. С одной стороны, высокий профессионализм российских ИТ-специалистов, их умение подойти к решению задач нестандартно, творчески, и, с другой стороны, слабое влияние на рынок вычислительной техники российских производителей. Поэтому большая часть техники, используемая в России – импортная.

В свете вступления России в ВТО возникает вопрос – как повлияет вступление в ВТО на развитие ИТ-технологий в стране?

В апреле 2012 г. правительство РФ повысило таможенные пошлины на ввоз персональных компьютеров с 0 до 10% [1]. Сделано это с целью поддержки отечественных производителей. В частности, «К-Системс/Irbis» – компании, которая на рынке находится уже более 15 лет. При этом таможенные пошлины на ноутбуки и комплектующие так и остались на нулевой отметке.

Теперь крупным компаниям – производителям компьютерной техники гораздо выгоднее открыть производство на территории Российской Федерации, нежели ввозить ее через таможню. Аналогично можно провести со сборкой автомобилей иностранных марок в России. Как и ввоз комплектующих, ввоз автозапчастей облагается гораздо меньшими пошлинами, чем ввоз готовых автомобилей.

Повышение пошлин нацелено так же на поддержание отечественных производителей компьютеров. Логично предположить, что с ростом пошлин вырастут и цены на зарубежные компьютеры, что предоставит российским компаниям возможность увеличить свою долю на рынке, особенно на рынке мейнфреймов и суперкомпьютеров.

Однако сейчас Россия находится на пороге подписания соглашения об информационных технологиях (АТИ) в рамках ВТО. В рамках этого соглашения практически все пошлины на ввозимую ИТ-продукцию будут либо снижены, либо полностью отменены, что повлечет за собой лавинообразный рост поставок компьютерной техники из-за рубежа. Это может полностью уничтожить отечественного производителя. За то время, что действуют пошлины, отечественные компании вряд ли смогут выйти по качеству и новизне на один уровень с мощнейшими корпорациями Запада. Поэтому, скорее всего, российские компании – К-Системс/Irbis, Деро Computers – займут нишу в сборке из зарубежных комплектующих и в производстве серверов [2;3].

Подписание АТИ отразится на рынке ИТ-специалистов в России. Несмотря на распространенное мнение, что рынок перенасыщен программистами, на самом деле наблюдается нехватка высококвалифицированных кадров. Это связано, во-первых, с «утечкой мозгов». Многие молодые, одаренные специалисты предпочитают уезжать за границу в поисках более высоких зарплаток и карьерного роста.

Во-вторых, нехватка кадров обуславливается недостаточно высоким уровнем образования. Лишь немногие высшие учебные заведения могут похвастаться передовыми технологиями в обучении, направленными на бизнес. В большинстве случаев студенты получают фундаментальные знания, которых на практике недостаточно для успешного решения проблем бизнеса [4].

Со вступлением России ВТО изменились и требования к защите интеллектуальной собственности. В частности под термином «интеллектуальная собственность» будут рассматриваться программы для ЭВМ, базы данных и изобретения, имеющие непосредственное отношение к IT-технологиям.

На данный момент Россия является одним из лидеров по незаконному распространению пиратского программного обеспечения и медиаконтента. Практически все меры по защите авторских прав сводятся к снижению контрафакта на физических носителях. Однако с развитием Интернета распространение пиратской продукции переходит в киберпространство. Из-за этого западные компании, являющиеся основными разработчиками программного обеспечения, несут многомиллиардные убытки [5].

Теперь, со вступлением России в ВТО, должно быть усовершенствовано законодательство в плане защиты интеллектуальной собственности. В течение 5 лет Россия обязана привести в соответствие правовым нормам западных стран. Т.е. теперь защита прав на интеллектуальную собственность должна обеспечиваться собственниками как из России, так и из других стран – членов ВТО [4].

Усиление защиты интеллектуальной собственности должно повлиять на IT-сферу страны. С одной стороны, уменьшение пиратского программного обеспечения сильно усложнит работу IT-специалистов, т.к. многие работают на нелегальном программном обеспечении, «скачанном» из Интернета. С другой стороны, российские разработчики смогут распространять свои приложения, изобретения на западный рынок, что породит стремление привести свой продукт на один уровень с западными. В итоге конечный пользователь сможет выбирать между российскими и западными продуктами.

В итоге молодая российская компания, желающая работать в сфере IT-технологий (допустим, компания-разработчик программного обеспечения) получает возможность продвигать свой продукт на Запад, при этом практически полностью лишается возможности пользоваться пиратским программным обеспечением для разработки, в связи с этим будет вынуждена покупать лицензионные программы. Также, в связи с повышением таможенных пошлин на ввоз компьютеров, затратит немалую часть бюджета на закупку компьютерной техники, не имея альтернативы среди российских производителей.

Список использованных источников и литературы

1. Правительство обложило компьютеры 10-процентной ввозной пошлиной [Электронный ресурс] // РБК top.rbc.ru. 2012. – URL: <http://top.rbc.ru/economics/25/04/2012/648166.shtml> (дата обращения: 28.09.2012)
2. Минкомсвязи: вступление в ВТО вызовет депрессию в IT-отрасли [Электронный ресурс] // Известия izvestia.ru. 2012. – URL: <http://izvestia.ru/news/538022> (дата обращения: 18.03.2013);
3. Инфографика. Компьютеры и офисная техника [Электронный ресурс] // Аналитический центр «ВТО - информ» wto-inform.ru. 2012. – URL: <http://wto-inform.ru/conditions/infographic.php> (дата обращения: 28.09.2012)
4. Российские IT-компании озаботились вопросом привлечения специалистов [Электронный ресурс] // Российская газета rg.ru. 2013. – URL: <http://www.rg.ru/2013/03/12/kadry.html> (дата обращения: 18.03.2013)
5. Инфографика. Интеллектуальная собственность [Электронный ресурс] // Аналитический центр «ВТО - информ» wto-inform.ru. 2012. – URL: <http://wto-inform.ru/conditions/infographic.php> (дата обращения: 28.09.2012)
6. Авдеева Н.В. Актуальные вопросы защиты интеллектуальной собственности в связи со вступлением России в ВТО [Электронный ресурс] // Научно-технический центр «Молоко» ntc-moloko.ru. 2009. – URL: <http://www.ntc-moloko.ru/m-publications/3-art-intellect> (дата обращения: 28.09.2012)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ

Побежимова Е.С., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современный этап развития банковской системы России характеризуется высоким уровнем насыщенности рынка финансовыми продуктами и услугами и, как следствие, интенсивной конкуренцией между кредитными организациями. В таких условиях существенное конкурентное преимущество получают те кредитные организации, которые способны разрабатывать и внедрять новые технологии, модернизировать продуктовый ряд, разрабатывать альтернативные каналы обслуживания клиентов, то есть осуществлять инновационный процесс. Инновации в настоящее время – не просто одно из явлений, определяющих экономический рост, развитие и структурные сдвиги. Инновации стали сутью

современного развития во всех сферах экономики, в том числе и в банковском деле. На сегодняшний день не существует единого общепринятого определения понятия «банковская инновация». В научной литературе считается, что банковскую (либо финансовую) инновацию можно рассматривать как в узком, так и широком смысле.

Понятие «банковская инновации» имеет свои особенности. По мнению проф. И.Т. Балабанова, «Банковская инновация – это реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка», а под инновационной деятельностью понимается при этом «системный процесс создания и реализации инноваций». Примерно такую же точку зрения разделяют в своих работах и другие исследователи: Е.А. Золотова, А.В. Калтырин, В.С. Викулов, П.В. Семикова. По мнению О.И. Лаврушина, «Банковская инновация, или совокупность новых банковских продуктов и услуг, – это синтетическое понятие о деятельности банка, направленное на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи внедрения нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли».

В диссертации А.В. Муравьевой предлагается следующее определение банковских инноваций: банковская инновация как совокупность принципиально новых банковских продуктов и услуг – это синтетическое понятие о цели и результате деятельности банка в сфере новых технологий, направленных на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи внедрения нововведений, содействующим клиентам в получении прибыли [6.С.12].

Банковские инновации – это доведенные до клиентов и принятые ими новые или кардинально видоизмененные услуги или продукты, внедренные в банковский процесс современные технологии, в том числе и инфокоммуникационные, позволяющие изучить экономический или социальный эффект [4]. К инновациям в последнее время относят также разработку и внедрение новых типов организационных структур кредитных организаций. Современные банки развиваются в условиях глобализации телекоммуникационных средств, развития сетевой формы организации различных форм бизнеса. На этом фоне центральное место занимает вопрос новых форм организации (структуры).

Проанализировав указанные выше работы, а также работы Кох Л.В. [5.С.24], Санто Б. [9.С.95], Березовской М. [1.С.58–66] можно выделить общий признак, характеризующий банковские инновации. Все авторы сходятся во мнении, что банковская инновация – это продукт, услуга или технология, внедрение которой приводит к качественным изменениям в банковской деятельности и, как правило, приносит банку, напрямую или опосредованно прибыль.

На мой взгляд, банковская инновация – это конечный результат инновационной деятельности банка, реализованный в форме нового банковского продукта или услуги, направленный на удовлетворение потребностей клиентов.

Изучив работы Охлопкова А.В., Друкер П., В.С. Викулова, можно отметить, что термины «инновация» и «нововведения» не имеют четкого разграничения, многие ученые приравнивают эти понятия друг к другу [8.С.3]. Данные понятия близки в своем определении, но все же имеют определенные различия, а именно: инновация – по своей сути практическое применение нововведений. Не всякое нововведение является инновацией, так как инновация предполагает совершенствование в лучшую сторону. Но не всякое нововведение может быть положительным. То есть, инновация является результатом успешного внедрения и использования нововведения.

Спектр банковских инноваций, как видно из определения, сегодня достаточно широк. Отсюда целесообразно их структурировать. Такой метод исследования, как классификация, имеет богатые традиции успешного применения. Разработка классификаций позволяет обеспечить целостное понимание предмета исследования и выявить соотношения различных групп и типов банковских инноваций.

Прежде всего, банковские инновации классифицируют по временному аспекту. То есть на сверхновые и новые, на оперативные (текущие, краткосрочные) и перспективные (долгосрочные).

По причинам зарождения выделяют стратегические и реактивные инновации [11.С.16–21]. Стратегические инновации в основном направлены на упреждение необходимости инновационных преобразований, их основная цель — получение в перспективе определённых конкурентных преимуществ.

Реактивные инновации относятся к проведению банком, так называемой оборонительной стратегии, они направлены на выживание кредитной организации на рынке и являются в основном реакцией на инновацию банка-конкурента. В этом случае банк вынужден осуществлять инновационную деятельность для обеспечения своего выживания в конкурентной борьбе на рынке.

Так, успешное внедрение технологии MasterCard PayPass, представляющей собой систему бесконтактных платежей, в 2008 г. Экспобанком являлось стратегической инновацией для российского рынка банковских услуг. Однако в глобальном масштабе эта инновация относилась к реактивным, так как она была внедрена ранее в других странах.

Для внедрения стратегических инноваций необходимы средства на их разработку, апробацию и внедрение. Поэтому доступны они лишь самым крупным участникам российского банковского сектора,

таким как Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк, Банк Москвы, ЮниКредит Банк и т.д. Внедряя такой тип инноваций, банки работают на будущее, выдвигаясь на новые конкурентные позиции.

По объёму воздействия инновации подразделяют на точечные и системные [2.С.12–19].

Точечные инновации имеют место в частном случае совершенствования технологии на отдельном участке работы. Они обычно не требуют больших материальных затрат и связаны с повышением эффективности одной-двух операций, не оказывая заметного влияния на производственный процесс в целом. Примером таких инноваций может считаться запуск проекта Сбербанка «Биржа идей», стартовавшего в конце 2009 г. [3]. В рамках этого проекта банк старается с помощью своих рядовых сотрудников, вносящих свои предложения, оптимизировать бизнес-процессы. Работа проекта в пилотном режиме доказала свою состоятельность, позволив сэкономить за период с ноября 2009 г. по октябрь 2010 г. порядка 650 млн. руб.

Альфа-Банк пошёл по другому пути, обратившись за советами к своим клиентам посредством службы «Альфа-идея» [13]. Потребители имеют возможность высказаться относительно несовершенства какого-либо продукта, услуги и предложить свою идею. Наиболее интересные предложения обсуждаются сотрудниками банка с другими клиентами банка, а автор идеи может получить вознаграждение.

Системные инновации определяют изменение всей структуры производственных отношений. Скажем, начало использования компьютерной техники и локальных вычислительных сетей в банковском деле в своё время в корне изменило работу кредитных организаций, ускорив и удешевив прохождение расчётов, увеличив надёжность учёта банковских операций, а также значительно сократив трудозатраты.

В зависимости от сферы внедрения инноваций в банке они могут быть инфотехнологическими, продуктовыми и организационными [7].

К инфотехнологическим относятся инновации, созданные с использованием современных методов получения, обработки, хранения и передачи информации: безналичные переводы денежных средств, банковские пластиковые карты, весь спектр услуг с использованием сети Интернет и др.

Продуктовые инновации – новые банковские продукты, которые могут быть связаны как с новыми операциями, так и с традиционными в период их развития и трансформации. Так, традиционные магнитные банковские карты постепенно эволюционировали до «чиповых».

Организационно-экономические инновации являются необходимой предпосылкой для внедрения самих инноваций, а также основой эффективного проведения инновационной политики в области создания новых банковских продуктов и технологий. Сейчас без эффективной CRM-стратегии не обходится почти ни один банк. В целях наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов и одновременно детального сбора информации по ним внедряются CRM-системы. Одним из первых банков в России, применившим такую стратегию к развитию собственного бизнеса, был Пробизнесбанк.

По влиянию нового продукта на поведение потребителей можно выделить три вида инноваций [12].

Адаптивная инновация. Предполагает минимум изменений в продукте или услуге для продления их жизненного цикла, при этом потребитель не изменяет своего поведения и предпочтений. Доступна для копирования любому банку.

Функциональная инновация. Предполагает сохранение функций продукта либо услуги, возможно изменение характера реализации. Способствует более полному удовлетворению потребностей клиентов. При этом потребитель изменяет свои предпочтения и привычки.

Фундаментальная инновация. Предполагает реализацию совершенно новой идеи, бизнес-концепции, результатом чего становится появление новых, не известных ранее функциональных качеств. Способствует удовлетворению тех потребностей, которые не удовлетворялись в достаточной степени или ранее не удовлетворялись в силу их отсутствия. Примером является появление форфейтинга.

Исследование рынка банковских инноваций дает возможность выделять различные его характеристики: регулируемый, развивающийся, монопольный, свободный, деформированный, неразвитый и т.д. Преимущественные позиции имеет характеристика развивающегося рынка банковских инноваций, который ориентирован на финансовые потребности широкой сети клиентов, что приводит к увеличению банковских продуктов и услуг. Разработка и внедрение банковских инноваций для коммерческих банков стало уже для них привычной деятельностью, в которой можно выделить четыре этапа. (рис. 1) [10.С. 254–258].

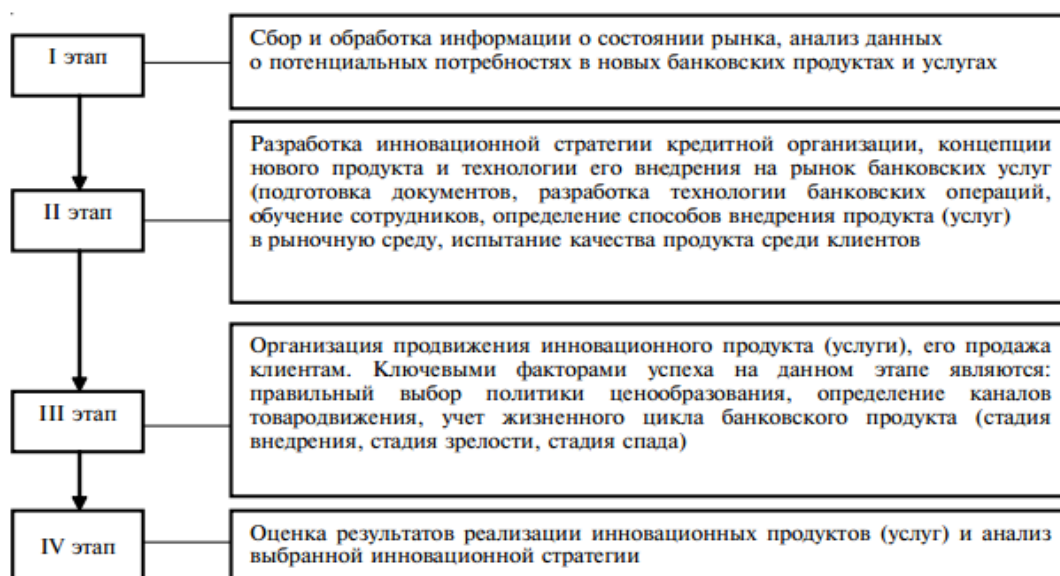


Рис. 1. Этапы деятельности коммерческих банков по разработке и внедрению банковских инноваций

Вся совокупность банковских продуктов и услуг, характеризующих инновации, обусловлена взаимодействием субъектов рынка, продвигающих, реализующих и потребляющих инновации.

Внедрение инновационных процессов в деятельность кредитной организации сложный и противоречивый процесс. Тем не менее, конкурентоспособность кредитной организации во многом зависит от внедрения нововведений в ее деятельность, так как они способствуют, ускорению, улучшению качества обслуживания клиентов, отлаживают внутреннюю работу банка.

Список использованных источников и литературы

1. Березовская М. Инновационный аспект экономического развития // Вопросы экономики. – 2007. – № 3. – С. 58–66.
2. Викулов В.С. Типология банковских инноваций // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 6. – С. 12–19.
3. Дементьева К. Сбербанк применил идейное мышление – URL: <http://kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1525766&NodesID=4/>
4. Друкер П. Бизнес и инновации / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2009
5. Кох Л.В. Эффективность инновационной деятельности банка: теория и методология. Монография. – СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2008. – С. 24
6. Муравьева А.В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика: дис. к.э.н. – М., 2005. – С. 12.
7. Новосёлова Е.Г. Финансово-кредитная система. Бюджетное, валютное и кредитное регулирование экономики, инвестиционные ресурсы // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 2 (22)
8. Просалова В.С. Понятие банковских инноваций и их классификация // Науковедение. – 2013. – № 1. – С. 3.
9. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М.: Прогресс, 2010. – С. 95.
10. Семагин И. А. Теоретические основы банковских инноваций // Экономические науки. – 2010. – № 10(71). – С. 254–258.
11. Хоминич И.П. Инновационный менеджмент банковской деятельности // Банковские услуги. – 1998. – № 3. – С. 16–21.
12. Lazer W., Culley J.D. Marketing Management: Foundation and Practicies. – Boston: Houghton Mifflin Company, 1983.
13. <http://idea.alfabank.ru/>

ОСНОВНЫЕ МОТИВЫ СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ КОМПАНИЙ

Подлесный В.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В современной экономической обстановке перед отечественными компаниями как никогда остро стоит проблема интенсивного роста путем применения конкретных и эффективных мер. Возникает потребность поиска действенных технологий по выводу предприятий на траекторию устойчивого роста, необходимость освоения современных методов реструктуризации собственности.

В этом свете деятельность по слияниям и поглощениям как один из основных инструментов реструктуризации, ее заключительное звено, заслуживает особого внимания и детального изучения. Крупные компании стремятся искать дополнительные источники, формы и способы расширения своей деятельности, среди которых одним из наиболее популярных является слияние и поглощение компаний. Слияния и поглощения компаний – один из самых распространенных путей экстенсивного развития, к которому прибегают большинство даже самых успешных компаний. Этот процесс в современных условиях становится явлением обычным, практически повседневным.

Анализ экономической литературы позволяет выделить два принципиальных варианта расширения деятельности крупных компаний: приобретение внешней структуры либо собственное развитие. Более того, компании определяют, что является в каждый конкретный момент наиболее выгодным: направление ресурсов в приобретение нового бизнеса либо перераспределение ресурсов в рамках уже имеющихся направлений деятельности.

Какие же мотивы преследуют компании при слиянии и поглощении?

По мнению Уварова В.В. [1] большинство сделок по слиянию и поглощению компаний преследуют одну из четырех групп мотивов, направленных на повышение конкурентоспособности компании: защитные, инвестиционные, конкурентные или информационно-технологические. Более того, автор конкретизирует, что первая группа усиливает позиции на рынке или избавляет от конкурентов; вторая – позволяет участвовать в более прибыльном бизнесе, скупать недооцененные активы, использовать новые управленческие подходы и приемы, а также инвестировать излишки наличности для приобретения балансирующих или антициклических активов; третья группа прямо направлена на расширение инструментов конкурентной борьбы, призвана создать устойчивое преимущество за счет повышения барьеров при входе на рынок новых игроков, консолидируя рынок и проводя единую ценовую политику; четвертая – позволяет компаниям за счет слияний экономить на разработке новых технологий и НИОКР, получать дополнительную информацию о предпочтениях потребителей на новых рынках и совершенствовать маркетинговые инструменты конкуренции, улучшать корпоративную культуру.

В тоже время Савчук С.В. в своей работе предлагает группировать мотивы слияний и поглощений компаний следующим образом [2]:

Мотивы уменьшения оттока ресурсов, подразумевают уменьшение налогов, таможенных платежей и иных сборов; экономию, обусловленную масштабами; ликвидацию дублирующих функций; устранение неэффективности управления.

Мотивы увеличения притока ресурсов, включают в себя мотив монополии; мотив приобретения крупных контрактов; мотив повышения эффективности работы с поставщиками; мотив повышения кредитоспособности; мотив диверсификации производства; мотив доступа к информации.

Нейтральные мотивы: мотив разницы в рыночной цене компании и стоимости ее замещения; мотив разницы между ликвидационной и текущей рыночной стоимостью; личные мотивы топ-менеджеров; мотив защиты от поглощения; мотив «too big to fail».

По мнению Савчук С.В., повышение качества управления приводит к более эффективному использованию времени отдельными работниками и, как следствие, к снижению издержек на персонал (в данном случае совокупной зарплаты) и уменьшению оттока ресурсов. Поэтому нет необходимости выделять в отдельную группу мотивы более эффективного использования имеющихся ресурсов. Более того, вышеприведенная структура рассматривается с точки зрения полезности для владельцев компании, а также что поток исходящих ресурсов рассматривается за исключением дивидендов и иных платежей акционерам компании.

Лапшин П. П., Хачатуров А. Е. в статье «Синергетический эффект при слияниях и поглощениях компаний» дают следующую классификацию мотивов [3]:

Стратегические – быстрое достижение стратегических целей, получение дополнительных КФУ.

Технологические – получение и широкое внедрение «ноу-хау», новых технологий, необходимых патентов и лицензий, повышение потенциала и увеличение отдачи от НИОКР за счет объединения и расширения сферы НИОКР.

Производственные – балансировка производственных мощностей в рамках технологической цепи, загрузка избыточных производственных мощностей, объединение взаимодополняющих ресурсов, снижение зависимости от ключевых поставщиков и клиентов.

Отраслевые – преодоление входного барьера и быстрое проникновение в новые для компании отрасли, диверсификация отраслевых рисков, получение дополнительных преимуществ в новой отрасли на начальном этапе ее жизненного цикла.

Товарные – быстрый выход на новый рынок с основным товаром, быстрый вывод нового товара на традиционный для компании рынок, увеличение рыночной доли на медленно растущем рынке, рост, опережающий отраслевой.

Продуктовые – расширение/ диверсификация продуктовой линии, реализация стратегии «все в одном месте», производство взаимодополняющих товаров и услуг.

Экономические – экономия на масштабах производства (сокращение операционных расходов, снижение производственных, транспортных, логистических затрат), повышение точности планирования

производства и оптимизации производственной программы, снижение транзакционных издержек (контрактация, поиск и отбор поставщика).

Инвестиционные и финансовые – стабилизация денежных потоков за счет формирования портфеля активов с разными жизненными циклами и циклами колебаний спроса на продукцию, повышение привлекательности компании для привлечения дополнительного инвестиционного капитала, налоговая оптимизация, спекулятивные надежды.

Политические – увеличение политического влияния компании в регионе/стране для отстаивания своих интересов, снижение национальных рисков за счет международной диверсификации, преодоление законодательных барьеров и ограничений, препятствование укреплению позиций конкурентов за счет приобретения «свободных» активов.

Таким образом, проведенный анализ показал, что в настоящее время отсутствует единый подход к классификации мотивов слияний и поглощений компаний. По мнению автора, все рассмотренные выше мотивы имеют место быть. Однако наиболее важными с точки зрения экономического анализа является получение синергетического эффекта. Мотив получения синергетического эффекта достигается путем объединения компаний, совокупный результат которого намного превышает сумму результатов отдельных действий этих компаний. Синергетический эффект в данном случае может возникнуть благодаря: экономии, обусловленной масштабами деятельности; комбинированию взаимодополняющих ресурсов; финансовой экономии за счет снижения транзакционных издержек; возросшей рыночной мощи из-за снижения конкуренции.

Кроме того, список мотивов и направлений синергии не является закрытым. Они во многом определяются спецификой сливающихся компаний, поэтому необходимо проводить анализ возможных выгод в каждом конкретном случае. Теория и практика современного корпоративного менеджмента выдвигает достаточно много причин для объяснения слияний и поглощений компаний. Выявление мотивов слияний очень важно, поскольку именно они отражают причины, по которым две или несколько компаний, объединившись, стоят дороже, чем по отдельности.

Отечественным компаниям не удастся избежать тенденции к укрупнению капитала, если они хотят быть конкурентоспособными как на локальном, так и на международном уровне.

Список использованных источников и литературы

1. Уваров В.В. Слияние и поглощения в свете современных технологических конкуренций (сделка МА в системе факторов повышения конкурентоспособности компании) // Менеджмент в России и за рубежом [Электронный ресурс] – URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2005/2/3498.html>
2. Савчук С.В. Анализ основных мотивов слияний и поглощений // Корпоративный менеджмент. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-5/04.shtml>
3. Лапшин П.П., Хачатуров А.Е. Синергетический эффект при слияниях и поглощениях компаний // Правовая система нового поколения «Референт» [Электронный ресурс] – URL: <http://referent.mubint.ru/security/8/3328/1#h94>

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Ростовцев С.Б., аспирант

Государственный университет управления

Программа экономической безопасности представляет собой комплекс организационных, технических, информационных и правовых средств, обеспечивающих защиту основных экономических интересов, организуемый и осуществляемый в рыночно-ориентированной экономической среде отрасли национальной экономики системой обеспечения экономической безопасности. Главной целью системы экономической безопасности является недопущение или минимизация ущерба, который может быть нанесен основным объектам топливно-энергетического комплекса.

Совершенствование базируется на нескольких элементах системы знаний по экономической безопасности, в том числе:

- центральное ядро знаний представляет конкурентный анализ, вобравший в себя многие сопряженные дисциплины (общая и оперативная психология, социология и соционика, текстология и руморология, физиология и медицина), именно конкурентный анализ по своему духу, философии и методологии способен дать эффективный инструментальный работы с информацией. Используя специальные знания, профессионал способен оперировать весьма тонкими информационными категориями;

- управленческое консультирование предполагает использование системного анализа в управлении, антикризисного и инвестиционного менеджмента, контроллинга, аудита, маркетинговых исследований и конъюнктуры товарных рынков, логистики и других дисциплин экономической направленности;

- система экономической безопасности превращает данные анализа в стоимостные программы и планы использования ресурсов. После прочтения опасностей ситуации нужны эффективные рецепты и руководства к действию. Сбор и переработка такого рода информации – предмет регулярных и системных усилий. Система экономической безопасности беспрестанно преследует находки предпринимательской мысли. Все это делается для того, чтобы отвечать на вопрос, который задает себе контроллинг: как делать правильное дело правильно? Это совокупность прикладных знаний о способах и средствах воплощения рекомендаций в реальной жизни, арсенал рабочих инструментов и механизмов хозяйственной деятельности.

С учетом этих элементов взаимоотношений партнеров баланс интересов предстает как такой характер взаимодействия между ними, при котором каждый из партнеров считает свое участие в данном взаимодействии экономически целесообразным, т. е. степень удовлетворения его интересов либо равна 100%, либо отлична от 100%, но выше прогнозируемой для него степени удовлетворения своего интереса при обособленном функционировании. Из этого следует, что критерием сбалансированности интересов партнеров можно считать экономическую целесообразность их сотрудничества.

Интересы, подлежащие балансированию в ходе деятельности топливно-энергетического комплекса, весьма разнообразны. Руководителям приходится учитывать многообразие субъектов макро- и микросреды всех участников процесса транспортировки, обусловленное, в том числе, участием в деятельности компаний различных отраслей, а также государства (рисунок 1) [5].

В этой связи могут быть выделены следующие носители интересов:

- государство (в том числе, как собственник в топливно-энергетического комплекса);
- компании в топливно-энергетическом комплексе;
- потребители услуг топливно-энергетического комплекса;
- население.

Согласно терминологии Ф. Котлера [4] к контактным аудиториям отнесены органы государственного управления, конкуренты, профсоюзы, поставщики, клиенты, акционеры и некоторые другие группы, деятельность которых влияет на функционирование отрасли топливно-энергетического комплекса и которые в свою очередь испытывают обратное влияние. В микросреду оба (или более) партнера входят только в той степени, в которой выражается мера их непосредственного участия в деятельности предприятия, т. е. посредством определенных материальных, людских и других ресурсов. В остальном же компании-участники процесса транспортировки остаются автономными и имеют свои собственные интересы.

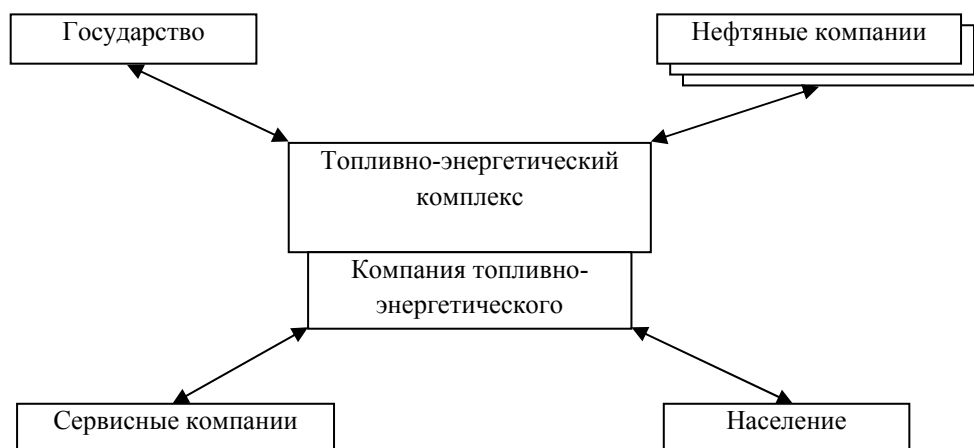


Рисунок 1. «Основные субъекты макросреды топливно-энергетического комплекса»

Необходимо признать, что до тех пор, пока экономическая эффективность нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей отраслей будет высокой, будут существовать конфликты, нуждающиеся в балансировании интересов. То есть, конфликты интересов возможны фактически в любой сфере деятельности нефтяных компаний, в том числе на этапе и в процессе получения доступа к транспортным ресурсам.

В настоящее время топливно-энергетический комплекс, несмотря на свои масштабы и объемы производства, находится в состоянии постоянного внешнего воздействия. Если говорить о глобальном уровне, то многие нефтяные компании испытывают давление рынка и ужесточение экологических требований. Если говорить о ситуации в России, то здесь нужно упомянуть высокий уровень административного давления, а также ответственность компаний за наполнение бюджета. То есть, в нынешних условиях можно констатировать, что существует достаточно большой перечень угроз для топливно-энергетического комплекса, снижающий их экономическую безопасность [1].

В реальной жизни различные предприятия топливно-энергетического комплекса, осознанно или нет, пытаются оградить себя от различных неприятностей, создавая по своему усмотрению и

возможностям систему упреждения и противодействия им. По существу, данная система мер представляет собой систему обеспечения экономической безопасности конкретного предприятия топливно-энергетического комплекса.

Эффективность этой системы может быть измерена не только в кризисных ситуациях, но и в процессе функционирования. Если система мер была неадекватна угрозам, это может привести даже к краху всего бизнеса. В частности, многие предприятия топливно-энергетического комплекса создавались для обеспечения ресурсами приоритетных направлений развития экономики. Однако экономический курс может смениться, что приведет к полному изменению логики и задач топливно-энергетических комплексов.

Основные цели функционирования системы экономической безопасности определяются приоритетными угрозами, с которыми может столкнуться не только отдельное предприятие, но и весь топливно-энергетический комплекс как целостная система взаимосвязанных предприятий и организации.

Опираясь на изложенные тезисы целесообразно выделить и проанализировать основные угрозы, присущие топливно-энергетическому комплексу в настоящее время, а также сформулировать ряд мер, реализация которых позволяет предприятиям топливно-энергетического комплекса формировать системы экономической безопасности для наилучшего противостояния именно доминирующим угрозам их жизнедеятельности. Здесь необходимо отметить, что мировая экономика, которая является ареной, как взаимодействия, так и противостояния, как сотрудничества, так и конкуренции, выступает, с одной стороны, как источник возможностей и богатства, а с другой – как и источник угроз экономической безопасности, в том числе отдельных предприятий.

В рамках рассматриваемого проблемного поля можно заключить, что обеспечение экономической безопасности – это такое состояние топливно-энергетического комплекса, при котором потенциальные экономические угрозы уравновешены адекватной системой мер противодействия, или, другими словами, действующей в топливно-энергетическом комплексе системой экономической безопасности. По своему характеру используемые меры могут быть:

- административными (приказы, распоряжения, инструкции и т. д. по вопросам отбора кадров, охраны коммерческой тайны, организации бухгалтерского учета, обеспечения режима, др.);
- программно-аппаратными (распределение доступа к базам данных, защита информации в ПК, защита информации в каналах связи, др.);
- аналитическими (мониторинг действующего законодательства, изучение конкурентов и партнеров, юридическая экспертиза, анализ эффективности работы персонала, др.);
- воспитательно-обучающими (беседы, семинары, тренинги и др.).

Решение системных проблем топливно-энергетического комплекса может быть обеспечено, в том числе, путем проведения глубоких структурных преобразований. Причем структурные преобразования могут иметь характер каскадной модели, когда весь комплекс мер по структурной трансформации распадается на подкомплексы трансформации отдельных хозяйствующих субъектов, которые, в свою очередь, каскадируются дальше до отдельных предприятий и подразделений.

Таким образом, в топливно-энергетическом комплексе в настоящее время существует достаточно большое количество разнообразных угроз, часть из которых обусловлена внешними факторами, другая часть – внутренними. Поэтому для повышения синергетического эффекта системы безопасности целесообразно использовать многоуровневые структурные преобразования, которые позволят существенно снизить масштабы негативного воздействия возможных угроз и сократить ущерб в случае их проявления.

Список использованных источников и литературы

1. Мухитов Н.М. Оценка последствий реализации угроз и управление экономической безопасностью государственных корпораций // Интеграл, 2011. – №4.
2. Селезнев Н.М. Инструменты обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия. – М.: Институт международных и политических проблем (ИМЭПП), 2004 г. – 233 с.
3. Харитонов Г.Г. Стратегическая диверсификация деятельности промышленных корпораций // Экономические науки, 2008. – №3.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990 – 149 с.
5. Мухитов Н.М., Квасов С.А., Скачков В.В. Вопросы обеспечения экономической безопасности мезоэкономических систем. Под ред. д.э.н. Бандурина А.В. – М.: ИНИОН РАН, 2008.

ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТАНДАРТА ISO/CD 31000 В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

Теслюк А.Н., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В настоящее время многие эксперты говорят о необходимости создания стратегии развития жилищной сферы в каждом регионе. Стратегии такого вида призваны решать целый комплекс проблем:

способствовать более эффективному распределению субсидий, стимулировать развитие жилищной сферы с учетом интересов населения [1]. Создание стратегии развития жилищной сферы требует подготовки не менее важного документа: стратегии развития строительной сферы.

В Томске в 2010 году была предпринята попытка создания подобного документа, и была создана «Стратегия развития строительного комплекса Томской области на период 2012 – 2022 гг.». В Стратегии уделено большое внимание расчетам прогнозных показателей развития отрасли в целом, однако не достаточно информации об отраслевых рисках и способах их нейтрализации. Выявить риски и выбрать способы работы с ними может помочь использование стандартов риск-менеджмента. В России подобные стандарты находятся в процессе разработки, в отличие от мировой практики. Одним из самых распространенных стандартов является ISO/CD 31000 «Общие руководящие указания по принципам и осуществлению риск-менеджмента», который был создан для использования широким кругом организаций в любой стране для любого типа операции, независимо от сложности, размера или типа [2]. Рассмотрим возможность применения этого стандарта для предприятий строительной отрасли Томской области.

Одним из ключевых положений стандарта является описание процесса риск-менеджмента. Приведем схему в общем виде (см. рисунок 1) [3].

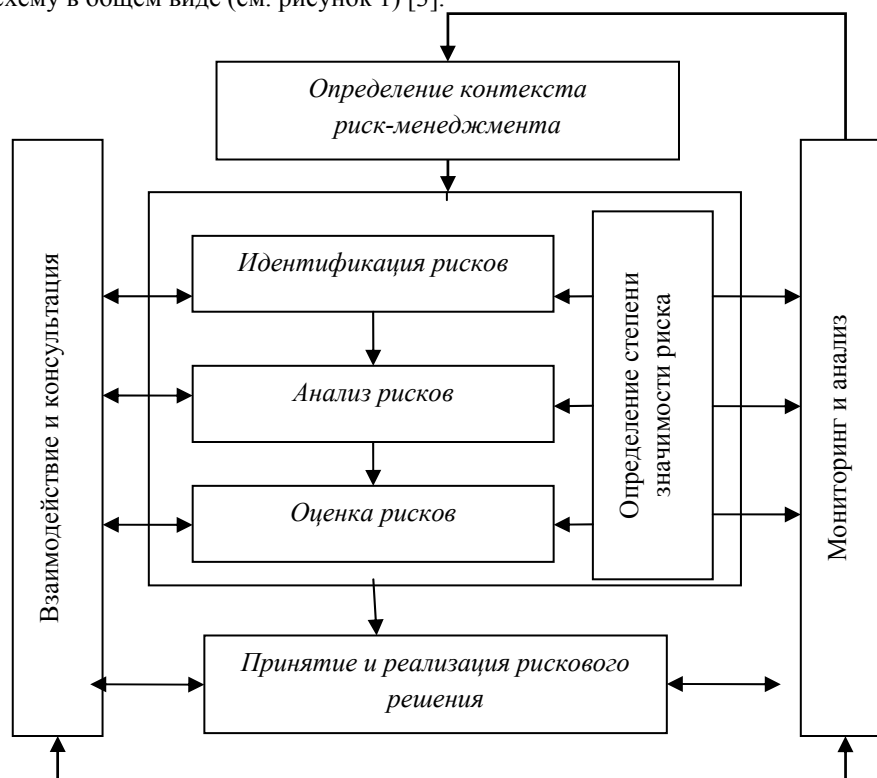


Рисунок 1. «Структура управления риска на основе стандарта ISO31000:2009»

Перейдем к описанию и рассмотрению каждого этапа. Определение контекста риск-менеджмента подразумевает анализ внутренней и внешней среды предприятия, выявление критериев риска, а также структуры и методов их анализа.

При определении внешнего контекста строительной отрасли можно использовать следующие документы:

- Концепция долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации до 2020 г.;

- Отраслевые стратегии РФ: «Энергетическая стратегия России на период до 2030 г.», «Стратегия развития ипотечного жилищного кредитования в РФ до 2030 г.», «Транспортная стратегия РФ на период до 2030 г.»;

- Стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 г.;

- Федеральные целевые программы [4].

В каждом из документов дается развернутое описание социальных и экономических факторов, влияющих на отрасль. Также даются прогнозы по поводу развития и перспектив, о возможных изменениях в сфере законодательства. Анализ внешней среды включает в себя дополнительно исследования поставщиков и конкурентов.

Оценка внутреннего контекста организации может включать рассмотрение:

- Стратегии и целей организации;

- Отношений между сотрудниками внутри организации;

- Форм и объемов контрактных взаимоотношений;

- Руководства, организационной структуры, ролей и обязанностей;
- Ресурсного потенциала организации (в том числе системы и технологии);
- Информационных систем, информационных потоков и процессов принятия решений [4].

Проведение анализа внутреннего и внешнего контекста позволяет перейти к следующему этапу, идентификации рисков и их анализу:

- **Риск изменения рыночной конъюнктуры:** снижение импортных пошлин на строительные материалы в связи вступлением России в ВТО может привести к понижению стоимости импортных строительных материалов, что выгодно для томских строительных компаний, но невыгодно для томских производителей на фоне роста цен на товары и услуги в базовых отраслях экономики, в первую очередь в топливно-энергетическом комплексе;

- **Макроэкономические риски:**

- Прирост ВВП на 2012 год составил 3,4%. Подобная динамика ВВП может привести к тому, что России вступит в полосу замедления развития экономики, что чревато длительным застоем [5];

- 13 сентября 2012 г. совет директоров Банка России повысил ставку рефинансирования на 0,25 % - до уровня 8,25%. Данное повышение способствует росту процентных ставок, что делает кредиты менее доступными для строительных организаций, которые в своей деятельности используют значительное количество заемных средств [5].

- **Производственные риски:** высокая степень физического и морального износа основных фондов предприятий по производству строительного материалов, что повышает себестоимость материалов, которая закладывается в стоимость квартир. В Томской области сложилась отрицательная динамика инвестиций в основной капитал в 2009-2010 гг. [4];

- **Угроза экономической безопасности:** при создании предприятий строительных материалов используется импортное оборудование, что негативно сказывается на окупаемости заводов и, в конечном счете, на себестоимости выпускаемой продукции, экономической безопасности Российской Федерации, региона;

- **Риски низкой инновационной активности в отрасли:** отсутствует устойчивая связь между бизнесом (строительными организациями) и университетами. Взаимодействие носит локальный характер, что недостаточно для создания дееспособной научно-технической базы, способной решать текущие и перспективные задачи отрасли;

- **Риск снижения спроса на жилье:** в последние годы по Томской области снизилась динамика по количеству выданных ипотечных кредитов по сравнению с периодом до 2008 года, что обусловлено негативными ожиданиями населения по повторению кризисного сценария 2008 года. Однако ипотека – это один из основных способов населения по улучшению жилищных условий;

- **Нехватка квалифицированных кадров:**

- в настоящее время сложилась крайне неблагоприятная ситуация в области подготовки и переподготовки кадров для отрасли вследствие сокращения количества средних профессиональных учебных заведений, занимающихся подготовкой специалистов для промышленности строительных материалов;

- реализация новой стратегии развития требует иных подходов к подготовке высококвалифицированных кадров при активном участии бизнес-структур, которые должны выдвигать свои требования к кадрам и участвовать в их подготовке (финансовая помощь, создание проектных групп, консультации).

- **Природные и экологические риски:** в целом регион находится в благоприятной геологической зоне, в которой вероятность землетрясений и прочих природных бедствий очень низкая. Однако стоит принимать их во внимание, как и экологические риски в связи с возможностью изменения экологической обстановки в регионе.

- **Риск законодательных ограничений:** Законодательная база изменяется не очень оперативно, что может ограничить способность хозяйствующих структур эффективно решать вопросы, связанные с получением разрешения на застройку (например, ограничения на строительство в исторической зоне) [6].

После того, как риски проанализированы и выявлены проводится их оценка и сравнение с критическим значением риска (критическое значение определяется на первом этапе реализации процедуры риск-менеджмента на предприятии). Оценка риска необходима, чтобы разработать процедуры по управлению рисками:

1. **Уклонение:** отказ от контрактов с ненадежными поставщиками; отказ от осуществления рискованных проектов; поиск гарантов;

2. **Локализация:** создание специальных подразделений для выполнения рискованных проектов;

3. **Диспассия:** диверсификация видов деятельности и зон хозяйствования; диверсификация инвестиций; распределение ответственности между участниками;

4. **Компенсация:** стратегическое планирование деятельности; прогнозирование внешней обстановки; мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой сферы; создание системы резервов; активный целенаправленный маркетинг [7].

Проведенный анализ стандарта ISO/CD 31000 в контексте возможности использования его в строительной сфере показывает, что условия стандарта не до конца применимы. Это обусловлено тем,

что основное его предназначение – дать представление о том, какие процедуры должны проводиться и в какой последовательности, а также познакомить пользователей с основной принятой терминологией. Строительная сфера очень специфична и сопряжена с множеством рисков. Именно поэтому такие широкопрофильные стандарты, как ISO/CD 31000, не подходят для строительной сферы, которая требует создания отдельного комплексного отраслевого стандарта.

Список использованных источников и литературы

1. Зачем субъекту РФ нужна жилищная стратегия [Электронный ресурс] // Москва: Медиахолдинг «Эксперт». – Электрон. дан. – Москва, [2010]. – URL: http://www.rusdb.ru/dom/zhilpolit/regions/life_strategy (дата обращения: 16.03.13).
2. Марцынковский Д.А. Обзор основных аспектов риск-менеджмента / Д.А. Марцынковский // Компетентность. – 2009. – №1. – С. 36-43.
3. ISO31000:2009 – General guidelines for principles and implementation of risk management, issued by International Organization for Standardization, 2009 – 32 с.
4. Стратегия развития строительного комплекса Томской области на период 2012 – 2022 гг. [Электронный ресурс] / под руководством Овсянниковой Т. Ю. – Электрон. дан. – Томск, [2010]. – URL: <http://storage.esp.tomsk.gov.ru/files/682/strategy.pdf> (дата обращения: 16.03.13).
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]// Росстат. – Электрон. дан. – М.: Федеральная служба государственной статистики, 1999 – 2013. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.03.2013).
6. Стратегия развития промышленности строительных материалов на период до 2020 года [Электронный ресурс] / Министерство регионального развития Российской Федерации – Электрон. дан. – Москва, [2010]. – URL: http://www.minregion.ru/documents/draft_documents/296.html (дата обращения: 16.03.2013).
7. Стратегии бизнеса: аналитический справочник / под общей ред. д. э. н. Г.Б. Клейнера. – М.: Консэко, 1998 – 443 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИТИКИ ЗАНЯТОСТИ В РОССИИ

Тихонова Е.Е., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Трансформационный характер экономики России с неизбежностью актуализирует многие традиционные проблемы рыночной экономики. Одна из них – проблема безработицы, которая неразрывно связана с людьми, их производственной деятельностью. Рынок предъявляет и требует совершенно иного уровня трудовых взаимоотношений на каждом предприятии. Однако пока не созданы эффективные механизмы использования трудовых ресурсов, возникают новые и обостряются старые проблемы занятости, растет безработица.

Цель статьи – на основе анализа динамики безработицы оценить эффективность политики занятости в России.

Задачи:

- Ознакомиться с видами безработицы и их негативными последствиями;
- Выявить проблемы и пути решения, принимаемые государством РФ;
- Проанализировать и сделать выводы об эффективности государственной политике занятости.

Безработица – социально-экономическая ситуация, при которой часть активного, трудоспособного населения не может найти работу, которую эти люди способны выполнять. Безработица обусловлена превышением количества людей, желающих найти работу, над количеством имеющихся рабочих мест, соответствующих профилю и квалификации претендентов на эти места [2].

Можно выделить главные отрицательные стороны безработицы.

Во-первых, безработица снижает экономический потенциал общества за счет его недоиспользования.

Во-вторых, с социальной точки зрения безработица содействует криминализации общества.

В-третьих, с безработицей связывается ухудшение психического здоровья нации.

В-четвертых, безработица может усиливать политическую нестабильность общества, способствуя возникновению социальных катаклизмов.

Многообразие типов безработицы делает задачу ее сокращения чрезвычайно сложной. Поскольку единого способа борьбы с безработицей не существует, то на основе анализа литературы можно выделить следующие проблемы, вызванные безработицей в России, и пути их решения:

- путь по снижению фрикционной безработицы заключается в улучшения информационного обеспечения рынка труда, а также устранения факторов, снижающих мобильность рабочей силы (для этого необходимо, прежде всего: а) создание развитого рынка жилья; б) увеличение масштабов

жилищного строительства; в) отмена административных преград для переезда из одного населенного пункта в другой).

- проблема структурной безработицы, а именно обесценивание последствий обучения. Для решения данной проблемы проведение программ профессионального переобучения и переквалификации. Такого рода программы должны привести к тому, чтобы рабочая сила наилучшим образом соответствовала имеющимся рабочим местам. В ряде городов такая переподготовка осуществляется через городскую службу занятости и Центр социальной поддержки.

- проблема циклической безработицы в России и возникшие с ней проблемы сокращения производства и недопроизводства национального дохода. Для решения такой задачи наиболее эффективными являются следующие меры: создание условий для роста спроса на товары. Так как спрос на рынке труда – производный и зависит от ситуации на рынках товаров и услуг, то занятость возрастет, а безработица упадет в том случае, если товарные рынки предъявят больший спрос и для его удовлетворения надо будет нанять дополнительных работников. Способами увеличения спроса являются: а) стимулирование роста экспорта; б) поддержка и поощрение инвестиций в реконструкцию; в) предприятий с целью повышения конкурентоспособности продукции; г) поощрение иностранных инвестиций в экономику России.

- проблема по снижению трудовой активности. Пути решения: Создание условий для роста самозанятости. Смысл такого рода программ состоит в том, что людям помогают открыть собственное дело, чтобы они могли прокормить себя и свою семью, даже если им не удастся найти работу по найму. В России это реализуется через программы поддержки малого предпринимательства.

- проблема занятости молодежи. Для помощи молодежи могут использоваться различные методы: а) экономическое стимулирование молодежной занятости (например, предоставление определенных налоговых льгот фирмам, в штате которых молодые работники составляют оговоренную долю); б) создание специальных фирм, предлагающих работу именно молодежи; в) создание центров обучения молодых людей тем профессиям, шансы на занятость в которых наиболее высоки [2].

Важно, однако, понимать, что все эти программы не могут полностью ликвидировать или существенно сократить безработицу. Такой результат достигается лишь при общем улучшении экономической ситуации в стране, когда в ней начинает расти спрос на товары и для их производства становится выгодно нанимать людей, которые жили до того на пособие по безработице.

Статистические данные Росстата позволяют оценить общую ситуацию в России с безработицей (см. рис. 1.).

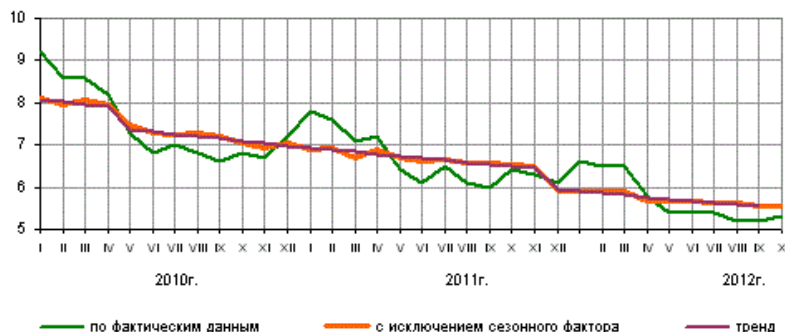


Рис. 1. «Уровень безработицы по методологии МОТ (в %)»

По данным, которые заключены в диаграмме, можно сделать вывод о том, что за последние три года наблюдается тренд по снижению уровня безработицы. Следовательно, можно говорить о том, что государственная политика по увеличению занятости работает эффективно. Поскольку резко уровень безработицы снизился за последний год, то ниже необходимо привести основные постановления и законопроекты, принятые государством в 2012 году. Именно, они и повлияли на рассматриваемый показатель:

- правительство РФ внесло в Госдуму законопроект о материальной помощи безработным страны, желающим переселиться в другой регион с целью найти работу. Сейчас в России действует программа трудовой миграции из моногородов, по которой переезжающим выделяется по 550 рублей в сутки в течение трех месяцев на наем жилья плюс расходы на следование к месту работы в размере 100 рублей в день. За прошлый год ей воспользовались всего 9 тысяч человек. Столь малое количество эксперты объясняют инертностью сограждан и недостаточным финансированием. Но вот, к примеру, Вопрос с жильем предполагается решать с помощью льготной ипотеки: зафиксировать стоимость кредитов на уровне 5% годовых и сроки в 20–40 лет [3.С.55]

- происходит обучения молодых людей тем профессиям, шансы на занятость в которых наиболее высоки. Только в этом 2012 году в госслужбы занятости обратились свыше 117 000 молодых людей, среди которых 39 612 – выпускники вузов, из них 2638 были направлены на переобучение по линии

госслужб занятости. Отсюда следует, что политика государства неэффективна, так как государство тратит деньги на обучение выпускников и тут же их отправляет на переобучение [4].

- столь низкий уровень может быть связан не только с оздоровлением экономики, но и с тем, что полномочия по контролю над безработицей в этом году федеральные власти передали – региональным, вследствие чего требования к регистрации новых безработных могли стать строже. По данным Минтруда, в октябре регистрируемая безработица снизилась в 73 (из 83) регионов. Максимальное снижение отмечено в Калмыкии, Тыве, Пермском крае, Еврейской автономной области, Костромской, Рязанской, Курганской областях. Следовательно, не безработных стало меньше, а правила регистрации стали строже, потому и регистрируют меньше.

- средняя заработная плата по сравнению с 2011 годом 23369 рублей повысилась в 2012 году до 27607 рублей.

Однако нельзя однозначно оценивать подобные факты как доказательство успешности и эффективности политики, проводимой государством, так как, очевидно, что снижение уровня безработицы и поддержание высокой занятости в стране достигается также ценой низкого качества рабочих мест и смещения занятости в неформальный сектор.

Наша экономика не создает новые рабочие места в компаниях в нужном объеме. И именно это главная проблема нашего рынка труда. Это имеет разнообразные негативные последствия. Ежегодно ликвидируется рабочих мест в корпоративном секторе больше, чем создается – это демонстрируют данные Росстата. В итоге службе занятости предложить соискателям особо нечего (пособия низкие, а вакансий мало и они малопривлекательные). Занятость сохраняется высокая, но дальше она расти не может – для этого нет резервов. В такой ситуации людям ничего больше не остается, как идти в неформальный сектор экономики. По одним данным неформально трудятся 18-20 процентов от всех занятых - порядка 14 миллиона человек. По другим, если сопоставить общее число занятых и тех, кто работает в организациях, получится примерно 22-24 миллиона. Примерно четверть от числа всех занятых.

Этим объясняется не высокий авторитет государства в сфере обеспечения занятости среди россиян. Так, по данным Росстата, в ноябре 72% безработных искали работу самостоятельно, без содействия служб занятости. Наиболее предпочтительным при поиске работы является обращение за помощью к друзьям, родственникам и знакомым. В ноябре этот способ использовали 59,9% безработных [5].

Ещё одной важной проблемой является разница в уровнях незанятости по федеральным округам, которая отличается почти в полтора раза, а по регионам дифференциация достигает иногда 80 раз. Судя по статистике отдельных регионов, структурно ситуация с безработицей не улучшается. Бедные регионы продолжают получать деньги из федерального центра, не обеспечивая население достаточным количеством рабочих мест. Эксперты предупреждают, что такие перекосы чреваты дальнейшим наплывом населения из бедных регионов в более обеспеченные и ростом экстремизма, подпитываемого безработицей и нищетой. Проблему усугубляет низкий инвестиционный климат страны. К примеру, когда государство пытается создавать инвестиционные кластеры, высокая коррупция сводит на нет всю эффективность подобных проектов и не ведет к созданию необходимого количества рабочих мест.

Таким образом, можно сделать вывод, что проблемы безработицы не решаются в один шаг, а носят характер многосторонних программ, которые и реализует для предотвращения и понижения уровня безработицы в России ее государственная политика занятости. Но для решения проблем с безработицей требуется, однозначно, улучшение общего экономического и политического положения в стране. Необходимо привлечение инвестиций в регионы, в том числе иностранных. Однако они туда не идут из-за плохого инвестиционного климата в стране, а нередко и по причине высоких рисков, связанных с политической нестабильностью в ряде регионов. Когда проблема по снижению уровня безработицы будет рассматриваться и решаться в вышеуказанных направлениях, только тогда мы добьемся положительных результатов, которые будут удовлетворять большинство.

Список использованных источников и литературы

1. Рынок труда и занятость [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики, 2012. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.11.2012)
2. Экономика [Электронный ресурс] // Российская газета / сост.: М. Грицок, Т.Смольякова. – Москва, 12.11.2012. – URL: <http://www.rg.ru/2012/12/12/trud-site.html> (дата обращения: 10.10.2012)
3. Гавриленко Л.И., Иванкина Е.А. Экономическая теория: макроэкономика – Т.: Издательство ТПУ, 2008. – 55 с.
4. Безработица [Электронный ресурс] // Новые известия / Москва, 2012. – URL: <http://www.newizv.ru/tags/932/> (дата обращения: 12.10.2012)
5. Безработица наступает [Электронный ресурс] // Новости рамблер / Москва, 2012. – URL: <http://news.rambler.ru/15673838/> (дата обращения: 13.10.2012)

МЕТОД РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ - ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Ткачёва В.В., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Современный мир характеризуется изменениями, скорость которых постоянно увеличивается. Инновационная экономика бросает вызов традиционной экономике вместе с устаревшими инструментами управления. Всё больше значение приобретает неопределённость, когда правила игры постоянно меняются. Именно высокий темп роста неопределённости требует новых путей стратегического мышления и финансового анализа от компаний. Использование метода реальных опционов позволяет справиться с такими вызовами. Экономист Артур Брайан определил разницу в новом и старом подходах [1.С.9].

Традиционный бизнес концентрируется на оптимизации своих операций: иерархическая структура, планирование и контроль в целом. Инновационный бизнес ориентирован на поиске более значительных вещей. В результате чего иерархическая структура выравнивается, менеджеры более свободны в своей деятельности, а также формальное планирование уходит в сторону. Таким образом, традиционная экономика подразумевает DCF-анализ (discounted cash flow), а новая экономика на ROA (real option analysis). Ещё один выдающийся учёный Генри Минцберг в области стратегического менеджмента разделяет аналогичное мнение. Он говорит, что исторически сложившееся стратегическое планирование есть не что иное, как стратегическое программирование. Оно подразумевает под собой группирование стратегий уже существующих. Минцберг в свою очередь заявляет о стратегическом мышлении, которое соединяет в себе интуицию и креативность.

Табл. 1. «Развитие инструментов для новой модели»

традиционный	новый
Традиционная экономика	Новая экономика
Стратегическое планирование	Стратегическое мышление
Оптимизация	Адаптация
DCF	ROA

В настоящее время можно констатировать факт, что растёт число отечественных и зарубежных исследователей, считающих, что традиционная методика оценка эффективности, основанная на учёте дисконтированных денежных потоков (Discounted cash flow, DCF), не позволяет принимать оптимальные управленческие решения [2.С.81]. Эта методика предполагает, что решение принимается прямо здесь и сейчас, и совершенно не учитывает возможности вносить изменения в проект. Однако на практике менеджер может менять изначальный план и получать положительный эффект в результате своих действий. В связи с этим целесообразно использовать другую методику оценки, служащую дополнением к традиционной и именуемую методом реальных опционов (real option analysis, ROA). Метод реальных опционов позволяет уточнить оценку проекта с учетом фактора управленческой гибкости, под которой понимается возможность менеджера корректировать и изменять параметры проекта по мере его реализации с учетом поступающей информации [3.С.610]. Применение такого подхода в оценке и процессе управления позволяет увеличивать инвестиционную привлекательность проектов. Выбор определённой методики оценки инновационного проекта зависит от двух характеристик присущих конкретному проекту, таких как степень неопределённости и возможности вносить корректировки в процессе реализации проекта (гибкости) табл. 5

Табл. 2. «Стратегии выбора метода оценки инновационного проекта»

Гибкость/неопределённость	Малая	Большая
Незначительная	Дисконтированные денежные потоки	Метод реальных опционов
Значительная	Анализ дисконтированных денежных потоков с использованием симуляционного моделирования	Анализ составных реальных опционов

Ограниченность применения традиционного метода дисконтирования денежных потоков послужила одной из причин популярности ROA (Real option analysis) или метода реальных опционов. Термин реальный опцион был впервые введён американским специалистом по теории финансов С. Майерсом ещё в 1977 г. Реальные опционы берут своё начало от финансовых опционов. В общем случае под опционом понимается право (но не обязанность) купить (или продать) определённый актив, по фиксированной цене в будущем. Реальный же опцион представляет собой возможность (право, но не обязанность), принять какое либо решение в будущем. Например, возможность осуществления инвестиций в будущем, это и есть реальный опцион. (Фирма имеет опытный образец продукта, и может решить начать его серийное производство в будущем). Реальные опционы обладают очень важной характеристикой, такой как количественное измерение возможности бизнеса или проекта по адаптации к

изменяющимся условиям внешней среды. Степень адаптации зависит от адекватной реакции менеджмента на вновь поступающую информацию.

Почему же данный метод подходит для принятия стратегических решений, а не только оценки проектов. Всё дело в том, что ROA находится на стыке стратегического и финансового менеджмента, которые редко рассматриваются в тандеме. И. Ансофф считал, что метод стратегического анализа, должен варьироваться от степени турбулентности внешней среды, с которой сталкивается компания. В связи с этим он выделял следующие требования: [3.С.16]

- 1) оценивать совместные эффекты (синергизм), связанные с новым продуктом и/или рынком;
- 2) выделять варианты, в которых фирма имеет неоспоримые конкурентные преимущества;
- 3) позволять работать с вектором потенциально несовместимых целей;
- 4) оценивать долгосрочный потенциал проектов, даже если расчеты потоков денежных средств не являются вполне надежными

Метод реальных опционов, по сути, является активным риск-менеджментом, так как позволяет использовать гибкость управленческих решений. Согласно данной теории риск, рассматривается не только как опасность, но и как возможность. В пользу данного утверждения приведём высказывание Минцберга: «ранее риск понимался в менеджменте исключительно как опасность, но с появлением реальных опционов ситуация изменилась» [4.С.10]. В данном контексте менеджер рассматривается, как активный участник, способный путём принятия правильных решений повлиять на результат. Неопределённость рано или поздно проясняется, менеджер получает новую информацию и на основе её должен выстраивать свои действия. Такой подход требует постоянного мониторинга внешней среды, а также пересмотра и переоценки собственных решений. Для применения данного метода необходимо «мыслить реальными опционами», видеть всё потенциальные возможности, а также быть способным их адекватно оценивать.

Сам по себе реальный опцион должен удовлетворять следующим условиям [5.С.77]:

1. Опцион должен быть «заготовлен» с самого начала, при этом он должен быть связан с необратимыми (по крайней мере, частично) затратами;
2. Будущая ситуация является непредсказуемой, но реальный опцион должен давать возможность «хороших» управленческих решений в любом случае.

Моделирование реальных опционов по своей сути является анализом выходов из неопределённой ситуации с максимальной выгодой для бизнеса. А это в свою очередь является ничем другим как стратегическим анализом. Поэтому применение реальных опционов можно отнести к разряду активного стратегического менеджмента. Особенно следует заметить, что опционное мышление есть не что иное, как новый тип стратегического мышления, который рассматривает риск не только как угрозу, но и как возможность получения более высоких доходов. Стратегическое мышление базируется, прежде всего, на адаптации компании к внешним условиям окружающей среды, а не оптимизации внутренних процессов. Даже несмотря на то, что оптимизация остаётся по-прежнему важной составляющей, она уже не является фундаментом конкурентных преимуществ. На первый план выходит гибкость, как конкурентное преимущество в условиях неопределённости. Гибкость предполагает, как уточнение стратегического развития, так и возможность полного пересмотра стратегического фокуса. В тоже время ROA подразумевает конструирование плана действий не только для решения стратегических задач, но также тактических и операционных. В данном случае главным критерием такого разделения служит время прояснение неопределённости.

Применение реальных опционов предъявляет новые требования к руководителям, и это неудивительно, так как понять опционное мышление под силу только сильным менеджерам.

Во-первых, менеджеры должны обладать и интуицией и знанием одновременно. Без знания перспектив отрасли/технологии, способов формирования рынка и использования уникальных ресурсов и преимуществ, размышления о гибкости будут носить чрезвычайно плоский характер [6.С.29]. В тоже время он должен обладать внутренним чутьём относительно потенциально привлекательных проектов и различных возможностей.

Во-вторых, в модели ROA предполагается, что менеджеры компании действуют всегда рационально. Также считается, что они имеют совершенную информацию и принимают правильные решения в правильные моменты времени.

Существуют различные классификации реальных опционов, на которых мы не будем останавливаться подробно. Разберём один из видов реальных, опционов на примере, чтобы понять какую управленческую гибкость они дают.

Опцион на изменение объемов выпуска (рис. 1) (опцион на расширение и опцион на сокращение одновременно). Мы имеем дело с инновационным проектом. Допустим такую ситуацию, что по итогам проведения НИОКР, когда уже можно более точно определить конкурентные преимущества инновационного продукта, или по результатам пробного маркетинга становится понятен реальный потенциал рынка, от которого будет зависеть производственная программа. В то же время эти знания, полностью не снимают неопределённость в отношении дальнейших событий и успеха реализации продукта на рынке, поэтому появляется второй уровень, где опять можно принимать решение о расширении или сокращении.

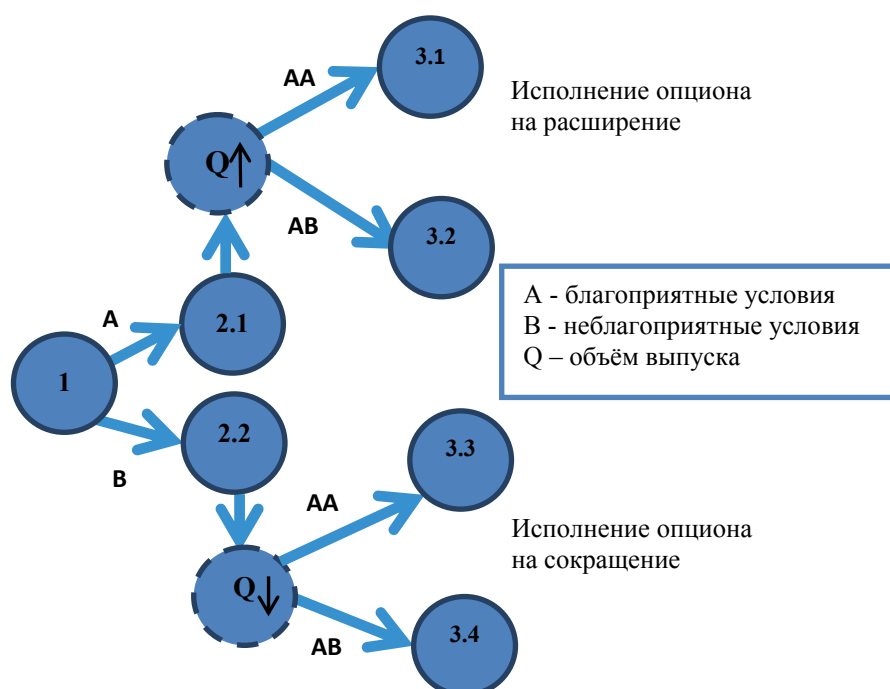


Рис. 1. «Реальный опцион на расширение и сокращение»

Метод реальных опционов можно назвать инновационным инструментом управления и оценки по следующим причинам:

ROA подразумевает соединение финансового и стратегического анализа. Это позволяет не только разрабатывать набор действий, для решения стратегических задач, но также количественно оценивать все альтернативы.

Для выявления и моделирования реальных опционов необходимо провести исследование с целью выявления основных источников неопределённости. Учёт этих источников позволяет пересмотреть традиционные представления о развитии бизнеса и найти уникальные стратегические решения для конкретной компании [7.С.128].

ROA затрагивает проблему достижения конкурентных преимуществ компании, путём конструирования реальных опционов, которые в свою очередь предоставляют возможность применения управленческой гибкости в процессе реализации стратегии. В условиях неопределённости гибкость определённо обладает ценностью.

ROA позволяет учесть стратегически возможные источники увеличения доходов компании, а также является эффективным методом управления рисками. Это позволяет нам сделать вывод, что применение реальных опционов в качестве метода принятия стратегических решений позволяет снизить нижнюю границу риска и приблизить к верхней границе возможностей.

В заключении хотелось бы отметить, что метод реальных опционов направлен на необходимо внедрять в практику как оценки проектов так и стратегического управления. Это особенно актуально для России, где метод реальных не является на настоящий момент популярным инструментом. Для становления инновационной экономики необходим массовый характер успешной реализации инновационных проектов, что требует пересмотра традиционных методик оценки и управления.

Список использованных источников и литературы

1. Michael J. Get Real [electronic resource]/ Credit Suisse First Boston Corporation, 1999. – P 33. –URL: <http://www.capatcolumbia.com/Articles/FoFinance/Fof10.pdf>
2. Александр Мертенс. Цена возможности: реальные опционы в стратегических решениях // Журн. & Стратегии, 2004. – № 5. – URL: http://www.cfin.ru/appraisal/business/methods/ro_strategy.shtml
3. Селина В. Использование метода реальных опционов в анализе инвестиционных проектов// риск: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2011. – № 1. – С. 610-613.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – 720 с.
5. Бухвалов А.В. Реальны ли реальные опционы // Рос. журн. менеджмента. – 2006. – Т. 4. – № 3. – С. 77-84
6. Бухвалов. А.В., Реальные опционы классификация и приложения// Российский журнал менеджмента. – 2004. – №2. – С. 27-56 с.
7. Пекшева В.С. Думы о будущем. метод реальных опционов - инновационный метод формирования стратегии фирмы // Креативная экономика. – 2010. – № 2. – С. 127-13

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБРАЗОВАНИЕ С ПОЗИЦИЙ РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ

Туманова И.А., магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Социально-экономическое развитие в начале нового тысячелетия характеризуется возрастающей ролью человеческого фактора. Сегодня по-новому понимается роль человеческого капитала – он выступает главным фактором повышения конкурентоспособности страны. В связи с этим, инвестиции в человеческий капитал являются неотъемлемым элементом успешного развития экономики современных государств.

Очевидно, что в условиях растущего спроса на услуги высшего образования прежние методы финансирования не в состоянии обеспечить подготовку специалистов на высоком уровне. Это ставит перед системой высшего образования проблему создания таких механизмов финансирования, которые обеспечивали бы расширяющееся производство кадров высшей квалификации при рациональном использовании ресурсов общества. То есть, по сути, подразумевается отказ от полного бюджетного финансирования высшего профессионального образования и переход к системе инвестирования в него со стороны потребителей. Таким образом, можно сказать, что инвестиции в образование разделяют по источнику финансирования: частные и государственные. Установлено соотношение частного и государственного финансирования в сферу образования в Австралии (государственное финансирование – 28 % в виде субсидий студентам, частное финансирование – 72 %) [1], в Великобритании (в основном государственное финансирование) [2], в Германии (полностью государственное финансирование) [3], в США (государственное финансирование – 51 %, частное финансирование – 49 %) [4] и в России (в основном государственное финансирование) [5].

Помимо вопроса источников финансирования в образование, существует еще один важный вопрос, кто является инвестором? Ответ на этот вопрос многоаспектен, так как инвестором может являться сам индивид, получающий образование, его семья, а так же государство и другие социально-экономические институты. При этом стоит отметить, что каждый экономический агент имеет свою конечную цель инвестирования в сферу образования.

Чтобы оценить ожидаемые выгоды от инвестиций в образование с точки зрения индивидуумов, стоит рассмотреть один из важнейших показателей оценки инвестиций: заработную плату. Чем более высокий уровень образования имеет человек, тем более он «способен впитывать в себя новую информацию, приобретать новые навыки и адаптироваться к современным технологиям» [6]. Производительность труда более образованного работника повышается, следовательно, увеличивается и оплата его труда. Таким образом, можно говорить о прямой зависимости уровня образования и заработной платы. Данные Бюро переписи населения США (U.S. Census Bureau) наглядно показывают зависимость образовательного уровня индивида и его заработной платы (рис. 1).

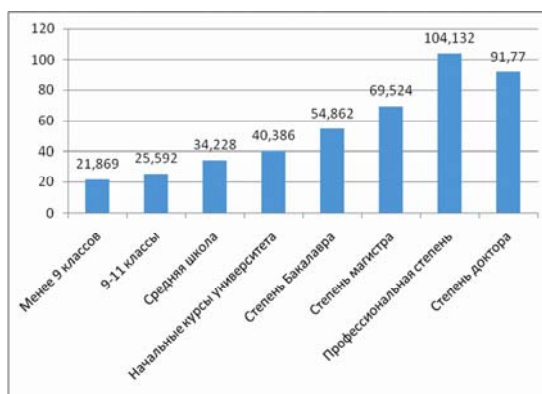


Рисунок 1. «Размер заработной платы (долл.) в зависимости от уровня образования работников (США, 2009 г.)» [7]

Разрыв между доходами образованных и необразованных людей в большинстве стран мира действительно растет. Среднедельный заработок американцев, не имеющих аттестата средней школы, упал с 462 долл. в 1979 г. до 337 долл. в 1999 г., а лиц с высшим образованием увеличился за тот же период с 758 долл. до 821 долл. [8].

Данные официальной российской статистики показывают, что среди зарегистрированных безработных в 2010 г. лица, не имеющие высшего образования, составили 32,5 %, что вдвое превышает количество тех безработных, кто имеет высшее образование (14,8 %). То есть подтверждается высокая эффективность получения высшего образования для граждан России с точки зрения их личного успеха – уровня зарплаты и занятости.

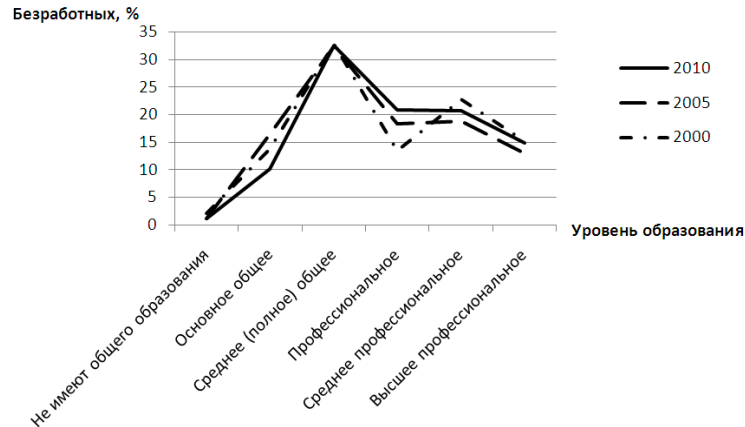


Рисунок 2. «Распределение численности безработных по уровню образования»

Примечание: Составлено автором на основе данных Российского статистического ежегодника, 2011 г.

Государство должно оценивать эффективность инвестирования в образование с точки зрения влияния его на эффективность всей экономики, показателями в данном случае могут являться экономический рост, увеличение макроэкономической производительности и общее благосостояние населения.

Проведенные А. Мэддисоном исследования [9] показали прямую зависимость между темпами экономического роста и уровнем образованности населения. Было установлено, что увеличение ассигнований на образование на 1 % ведет к росту валового внутреннего продукта страны на 0,35 %. Кроме того, по некоторым оценкам, в развитых странах повышение продолжительности образования на 1 год ведет к увеличению ВВП на 5–15 % [10].

Изучение влияния образования на экономический рост было проведено также в странах ЕС. В результате получены убедительные доказательства того, что увеличение уровня образования повышает макроэкономическую производительность [11]. В частности данные исследования показали, что:

- 1) увеличение набора в среднюю школу на 1 % ведет к увеличению ВВП на душу населения в размере от 1 до 3 % ежегодно;
- 2) увеличение среднего статического образования на один год поднимает производство продукции на душу населения на 6 %;
- 3) ежегодный прирост человеческого капитала на 1 % в высшем образовании обеспечивает увеличение темпа роста ВВП на душу населения на 5,9 %.

В аналогичном русле лежат и результаты расчетов, проведенных Организацией социального и экономического развития (ОСЭР), которые показали, что повышение «образованности» общества на один академический год обеспечивает прирост экономики стран – членов этой организации на 5 % в краткосрочной перспективе и на 2,5 % – в долгосрочной [12].

В результате инвестиции в высшее образование способствуют формированию высококвалифицированных специалистов, труд которых оказывает наибольшее влияние на темпы экономического роста. Мировой опыт свидетельствует, что расходы на образование должны составлять не менее 5 % ВВП. Минимально допустимая доля расходов государства на образование составляет 3,5 %, после чего неизбежен распад инфраструктуры образовательной системы. Доля затрат на образование в национальном бюджете США составляет – 13,7 %, Японии – 11,7 %, Германии – 11,4 %, Франции – 10,2 %. Динамика затрат на образование в России представлена в таблице 1. Если следовать результатам упомянутых выше исследований, то уровень затрат на высшее образование в России находится на критической отметке, что ставит под угрозу инфраструктуру образовательной системы.

Таблица 1. «Доля затрат на образование в процентах к ВВП в России» [13]

Год	2001 г.	2003 г.	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Доля затрат	3,1 %	3,7 %	3,8 %	4,1 %	4,3 %	4,2 %	4,1 %

Одним из экстернатальных эффектов образования, выраженный в денежной форме, является увеличение налоговых и прочих доходов бюджетов всех уровней в странах и регионах. По данным сравнительного анализа в соответствии с таблицей 2 вклада работников с высшим образованием и без него в ВВП России на основе данных Росстата за 2010 г. можно сказать, что с точки зрения социума и

государства опосредованный вклад высшего образования является определяющим, как с точки зрения производительности труда лиц с высшим образованием и их вклада в ВВП, так и с позиций налоговых поступлений от физических лиц. Оценка произведена с использованием информации об уровне образованности граждан и структуре их занятости с учетом разделения на группы отраслей в соответствии с принятым в государственной статистике выделением производства товаров и производства услуг (по ОКОНХ).

Таблица 2. «Оценка эффективности отрасли высшего образования для государства в пересчете на одного работника»

Период	Приращение ВВП, млн. руб.		Приращение поступлений в бюджет от НДФЛ, млн. руб.	
	В целом	Вклад вуза	В целом	Вклад вуза
За год	0,83	0,27	0,11	0,036
За экономически активную жизнь работника	31,9	10,6	4,15	1,38

Примечание: Составлено автором по материалам Карпенко М.П. Телеобучение [14] на основе данных Росстата [15].

Таким образом, если учитывать только дополнительные поступления налогов от выпускников вузов, госбюджет должен платить вузам в среднем по 1,4 млн. рублей за каждого выпускника. Возможна и другая схема, более тщательно учитывающая вклад выпускников в бюджет – ежегодно за каждого выпускника разных лет, работающего в экономике страны, выплачивать вузу в среднем 36 тыс. руб. Это справедливый рыночный подход.

Работодатель фирмы оценивает эффективность образования, сравнивая предельный доход, получаемый от найма специалиста с затратами на него. В настоящее время затраты работодателя ограничиваются заработной платой специалиста и не учитывают дополнительных затрат на профессиональную подготовку специалиста определенной квалификации.

Работодатель предъявляет высокие требования на рынке труда к специалистам, но в условиях российской действительности не желает участвовать в их подготовке. Джемисон и Ло, исследуя производительность труда в сельском хозяйстве, обнаружили, что при прочих равных условиях четырехлетнее обучение, получаемое фермерами, приводит к увеличению физического объема выпуска почти на 10 % [16].

Таким образом, можно сделать вывод – инвестирование в образование должны осуществлять все группы его потребителей по принципу соответствия профессиональной подготовки специалистов современным требованиям экономики, иными словами инвестирование должно быть совместным. В основу совместного инвестирования образования должен быть положен принцип соответствия профессиональной подготовки специалистов современным требованиям экономики и переход к подушевому финансированию, примером которого может служить государственные именные обязательства (ГИФО) совместно с развитием образовательного кредитования для стимулирования образовательной активности широких слоев населения.

Следует также отметить, что государству стоит увеличить расходы на образование. Возможностью увеличения государственных расходов может стать формула «плюс 4 минус 2»: увеличение расходов ВВП на 4 % (образование на 1,3 %, здравоохранение на 1 %, железные дороги на 1,6 %) и уменьшение на 2 % в других отраслях. Изучив опыт зарубежных стран, стоит обратить внимание на частное инвестирование на примере создания эндаумент фондов.

Таким образом, благополучие и устойчивое развитие любой нации зависит от человеческого капитала, поэтому необходима продуманная и последовательная политика в области развития инвестиций в образование, как на уровне отдельной фирмы, так и на уровне государства.

Список использованных источников и литературы

1. Абанкина И. Кредитование образования в зарубежных странах // Prognosis. – 2005. – №10. – С. 13.
2. Новиков В.Г. Европейский опыт модернизации образования и Россия // Современная Европа. – Журнал общественно-политических исследований. – 2009. – №2. – С. 122-128.
3. Официальный сайт Федерального министерства образования и научных исследований [Электронный ресурс] / Bundesausbildungsforderungsgesetz. – URL: <http://www.bmbf.de/de/892.php>
4. Абанкина И.В., Домненко Б.И., Осовецкая Н.Я. Кредитование образования в зарубежных странах // Прогнозис. – 2005. – № 3. – С. 64.
5. Заключение Счетной палаты Российской Федерации на проект федерального закона «О федеральном бюджете на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов» (утверждено Коллегией Счетной палаты Российской Федерации (протокол от 7 октября 2011 г. № 47К (814))
6. Bartel A.P., Lichtenberg Frank R. Technical Change, Learning and Wages // National Bureau of Economic Research. – 1991. – Working Paper 2732.

7. U.S. Census Bureau. Current Population Survey: Annual Social and Economic Supplement, 2010.
8. Мазин А. Инвестиции в образование и рынок труда // Человек и труд. – 2004. – № 5. – С. 43-48.
9. Maddison A. Dynamic Forces in Capitalist Development. A Long – Run Comparative View. N.Y.: Oxford, 1991. P. 37–43.
10. Экономический словарь / под ред. Архипова А.И.. – М.: Проспект, 2004. – 718 с.
11. Sianesi B., Van R.J. Отдача от образования: обзор эмпирической макроэкономической литературы // Journal of Economic Surveys. – 2002. – №3.
12. Европейская система образования и подготовки кадров должна стать эталоном мирового качества. Доклад на саммите руководителей стран ЕС. Март, 2008.
13. Государственные расходы на образование (в процентах к ВВП) [Электронный ресурс]: StatInfo.biz / база данных экономической статистики о странах мира, рынках и компаниях. –URL: <http://www.statinfo.biz/Data.aspx?act=6492&lang=1>
14. Карпенко М.П. Телеобучение. – М.: СГА, 2008. – 800 с.
15. Россия в цифрах. 2011: Крат. стат.сб./Росстат – М., 2011. – 581 с.
16. Jamison, D.T., L. Lau. Farmer education and farm efficiency. Baltimor: John Hopkins University Press, 1982.

ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА МЕЗОУРОВНЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Федосейкин А.А., соискатель

Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А.Сенкевича

В отечественной экономике на мезоуровне национальной экономики существуют высокотехнологичные отрасли, имеющие достаточно субъектов для реализации инновационной стратегии: в атомной промышленности (ОАО «ТВЭЛ», «Техснабэкспорт»), авиационной промышленности (РСК «МиГ», АХК «Сухой»), ракетно-космической промышленности (ГНП РКЦ «ЦСКБ Прогресс», ГКНПЦ им. М.В. Хруничева), топливно-энергетическом комплексе (ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром»), нефтехимической промышленности (ОАО «Транснефть», ОАО «Сибур») [1]. Наибольший инновационный потенциал в настоящее время сконцентрирован в сфере электронной и оборонной промышленности и промышленности средств связи. Все большее внимание инновационной инфраструктуру макро- и мезоуровня национальной экономики уделяет и государство. Возобновлена реализация проекта создания российской системы навигации, в рамках которой потребуются усилия всех отечественных игроков, производящих продукцию в указанных и смежных отраслях, все больше реализуется инновационных проектов на микроуровне, что может стать импульсом к повышению интенсивности инновационной деятельности на мезоуровне.

В этой связи, повышаются требования к информационной и финансовой политике хозяйствующих субъектов, участвующих в инновационных проектах на мезоуровне национальной экономики. Увеличение информационной транспарентности, стандартизация процессов корпоративного управления, а также учет технических требований становятся неотъемлемой частью системы управления инновационной деятельностью на мезоуровне национальной экономики. Однако, в настоящее время реализация инновационных проектов на мезоуровне национальной экономики имеют ряд особенностей, которые необходимо учитывать при создании системы их управления.

К этим особенностям относятся: во-первых, инновационный характер деятельности и выпускаемой продукции; во-вторых, большое количество входящих в проектную группу инновационных подразделений; в-третьих, высокий коммерческий риск производственного процесса, обусловленный вероятностным характером деятельности; в-четвертых, высокий удельный вес творческого потенциала в общей экономической эффективности деятельности; в-пятых, необходимость обновления основных средств для производства инновационной продукции, в-шестых наличием конфликта интересов из-за масштабов инновационного проекта. Все указанные особенности отражаются на системе принятия решений, в том числе, на системе проектного управления. Инновационный процесс на мезоуровне национальной экономики имеет ряд особенностей, которые проявляются в следующих критериях:

- по охвату на регион или отрасль
- по масштабу ресурсного обеспечения, когда реализация инновационного проекта может осуществляться с привлечением экстерриториальных источников;
- по кругу заинтересованных лиц;
- порядку распределения прав на результаты инновационных проектов;
- нечеткость авторских прав.

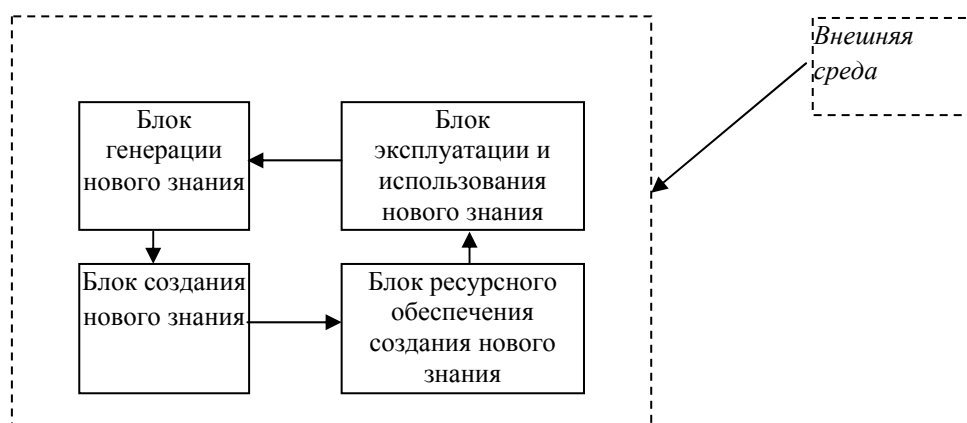


Рисунок 1. «Механизм реализации инновационных проектов на мезоуровне национальной экономики»

В представленном механизме в каждом его блоке возникает столкновение интересов заинтересованных лиц, а соблюдение баланса интересов при реализации всего инновационного проекта на мезоуровне национальной экономики достигается для неограниченного круга лиц. Для устранения (минимизации) конфликта интересов необходимо четко выстраивать систему взаимоотношений. Она может быть организована тремя способами: «кластер», «сеть», «поверхность». Так, при кластерном взаимодействии в структуре связей есть лидирующий узел, через которые проходят все решения; при сетевом взаимодействии в структуре связей существует совокупность узлов, распределяющих между собой задания; при поверхностном взаимодействии в структуре связей распределение задач происходит равномерно.

Частую, многообразие реализующихся на мезоуровне инновационных идей не позволяет создать единственно верный и универсально применимый сценарий консолидации проектов в единый инновационный проект. В этой связи целесообразно применять одну из несколько возможных моделей: организационная консолидация, административная консолидация, ресурсная консолидация, информационная консолидация и инструментальная консолидация. Выбор между этими моделями может зависеть как от специфики самого инновационного проекта, структуры управления, так и от задач, которые консолидация должна помочь решить. Организационная консолидация представляет собой возможность использования усилий различных инноваторов в ходе выполнения инновационного проекта. На мезоуровне организационная консолидация может быть воплощена в форме технопарка, технополиса, либо региональной инновационной сети. В таком формате любая инновационно-ориентированная организация получает доступ к информационным ресурсам инновационной мезосреды и может в полной мере использовать эффект конвергенции новых идей в своей деятельности.

В отличие от организационной консолидации административная консолидация предполагает выделение наделенного специальными полномочиями органа, в функции которого напрямую входит консолидация инновационных идей, предложений и разработок в рамках инновационного проекта на мезоуровне национальной экономики. В качестве примера административной консолидации можно рассмотреть инновационный кластер, основные принципы функционирования которого адаптированы с учетом специфики инновационного проекта. Подходами и принципами построения инновационного регионального кластера как инструмента административной консолидации инновационного потока являются:

- исследование конкретной линейной функции с четкими параметрами эффективности инновационного проекта;
- передача полномочий для осуществления производственной, маркетинговой и финансовой деятельности. Базой для определения целей, ресурсов и результатов является совокупность функциональных стратегий, консолидированных в единую стратегию развития регионального инновационного кластера [2];
- разумное сочетание полномочий и ответственности соответствующих функций и подразделений инновационного кластера;
- минимизация конфликтов интересов, например, на основании ресурсного баланса и стратегических приоритетов;
- комплексная оценка суперпозиции и конвергенции при утверждении инновационного проектного бюджета и его распределения между функциональными его областями;

Ресурсная консолидация предполагает создание единого венчурного ресурсного фонда для совместного обеспечения инновационного процесса на мезоуровне национальной экономики.

Список использованных источников и литературы

1. Давыденко А. С. Особенности корпоративного управления инновационной деятельностью в высокотехнологичных отраслях промышленности – М.: ООО «ТСМ», 2008 г
2. Морозов И. В. Наиболее важные модели консолидации инновационного потока. // Актуальные экономико-правовые проблемы современной экономики России. Вып. 3 – М.: ИНИОН РАН, 2007.

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Фролова Е.А. к.э.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Исследования в области социальной ответственности экономических субъектов крайне слабо распространены в России, за исключением социальной ответственности бизнеса.

Рассматривая сущность категории социальной ответственности, мы столкнулись с крайне скудным научным дискурсом по этой проблеме. В целом, работ в этой области явно недостаточно и значительная их часть не имеет содержательного определения сущности данной категории.

С точки зрения институциональной теории социальная ответственность – это социальный институт, который представляет собой совокупность правил и ограничений хозяйственного поведения экономических субъектов, направленный на достижение общей выгоды путем согласования индивидуальных интересов.

Как известно, интересы экономических субъектов часто противоречивы. И даже если они в какой-то момент совпадают, (например, интерес в максимизации экономической выгоды), субъекты, находясь «по разные стороны баррикад» – продавцы и покупатели, заемщики и кредиторы, работодатели и наемные работники вынуждены вступать в соглашения для достижения собственных целей.

Для реализации собственных интересов экономические субъекты формируют обширные сети доверия, так как кооперативная стратегия экономически выгоднее, чем конфронтационная. Таким образом, каждый экономический субъект помимо финансового и материального капитала обладает также и социальным капиталом. Прогрессивный характер социальной ответственности предусматривает интеграцию различных социальных групп, учет их потребностей и интересов в процессе принятия решений, смягчение конфликта интересов между субъектами вне зависимости от свойств и качеств личности субъекта. Таким образом, устраняются искусственные препятствия координации, обусловленные этническими, политическими, социальными или географическими причинами. Формируются крупномасштабные социальные общности, которые в литературе части именуют широкими коалициями гетерогенного состава, создающие положительные внешние эффекты, в результате которых общественное благо превышает сумму частных преимуществ.

Субъекты широких сетей доверия обладают так называемым открытым (бриджинговым, от англ. bridge – мост) социальным капиталом, которые способен объединить совершенно разных людей под одним «флагом», причем не только перед лицом глобальной опасности (как это бывает, например, в диктаторских режимах), но и для совместного решения повседневных хозяйственных задач. Широкие сети доверия и открытый социальный капитал решают множество важных экономических задач, выступая своеобразной буферной зоной между рыночным произволом и государственным насилием.

Таким образом, устранение провалов рынка осуществляется не столько путем роста государственной активности, также как, впрочем, с провалами государства не справится рыночная координация. Скорее гражданское общество с большим запасом социального капитала, используя социальные сети и доверие способно преодолеть как первые, так и вторые трудности. Как показывают исследования, при достаточном запасе социального капитала, потребность в государственном присутствии в экономике и обществе снижается» [1.С.49]. Обратные эффекты также имеют место быть, однако в этом случае возникает так называемый «парадокс социального капитала» – в обществах с дефицитом доверия и гражданской культуры высокий спрос на государственное регулирование сочетается с недоверием к государству и недовольством работой органов власти [1.С.51]. А это уже типичная российская практика.

Широкий радиус доверия формирует так называемые универсальные правила, которые не зависят от личности субъекта, применяются ко всем одинаково, формируя предпосылки социальной справедливости. Таким образом, создается кумулятивный общественный эффект, поэтому широкие сети доверия построены не столько на принципе конкуренции за ресурсы (рентоориентированное поведение), сколько на базе кооперации активов и в результате этой кооперации каждый участник получает больше, чем вложил, так как общественное благосостояние возрастает и создаваемые таким группами блага становятся частью общественного богатства. Открытый социальный капитал обеспечивает подотчетность органов власти, препятствуя злоупотреблениям и манипуляции интересами со стороны правящей элиты. Сами элиты, имея «мостик» в целевые социальные группы, выносят из них ценности общественного блага, альтруизма, служения.

Существенную роль в формировании широких открытых сетей доверия играют так называемые слабые связи, которые, по мнению ученых, и формируют каркас социальной солидарности. Как отмечает американский социолог М. Грановеттер «слабые связи, которым часто в вину ставят распространение отчуждения, рассматриваются как необходимое условие формирования у индивидов возможностей, а также интеграции в сообщества, а сильные связи, способствующие сплоченности на локальном уровне, на макроуровне приводят к фрагментарности» [2.С.47].

Степень реализации (сильная-слабая) автор определяет через совокупность признаков, в числе которых продолжительность, эмоциональная интенсивность, близость и взаимное доверие. Именно в работе данного автора появляется категория «мост» применительно к социальному капиталу и, собственно, характеристика бриджингового социального капитала, основанного именно на слабых связях, так как, по мнению автора, сильные связи (дружеские, родственные) не способны создавать мосты, т.е. взаимодействия между локальными социальными группами. Они также хуже передают информацию и инновации, так как она проходит лишь несколько этапов и консервируется в пределах локальной группы. «Любой распространяемый ресурс попадает к большему количеству людей и пройдет более длинную социальную дистанцию при следовании в большей степени через слабые связи, чем через сильные... Для индивида слабая связь оказывается важным источником мобильности. Подобная мобильность формирует развитые структуры слабых связей-мостов между более плотными кластерами, каждый из которых представляет собой реально функционирующую в определенном месте сеть», отмечает М. Грановеттер [2.С.39,43].

Таким образом, М. Грановеттер подводит социологическую базу под историко-экономическое исследование порядков открытого доступа Д, Норта, Дж. Уоллиса, Б. Вайнгаста.

Мы, в свою очередь, полагаем, что такая специфика широких сетей доверия с открытым социальным капиталом оказывает существенное влияние на институциональный механизм социальной ответственности, важной частью которого является порядок распространения нормы социальной ответственности. Видимо, диффузия данной нормы через взаимодействие в рамках слабых связей (знакомых, коллег, соседей, земляков) будет иметь более значимый эффект в процессе становления и развития институтов социальной ответственности, в том числе в рамках распространения позитивного опыта социально ответственного поведения, чем реализация данной нормы в локальных социальных сетях с сильными связями.

Список использованных источников и литературы

1. Полищук Л., Меняшев Р. Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. – 2011. – №12. – С.46-65
2. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. – 2009. – Том10. – №4. – С.31-50

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Хрулева Н.А., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Преобразование экономической системы России в начале 90-х годов XX века во многом негативно отразилось на развитии многих отраслей в экономике страны. Например, сельское хозяйство и пищевая промышленность в настоящее время восстановили объемы производства по отношению к дореформенному уровню конца 80-х гг. примерно на 80%. Дальнейшее развитие отечественной экономики в целом зависит от перспектив развития отдельных отраслей экономики России и от подхода государства к регулированию этих отраслей. Развитие каждой из отраслей сопряжено с развитием смежных отраслей народного хозяйства.

Эффективная организация отраслевых рынков в реальном мире невозможна без осуществления оптимальной промышленной политики государства. Именно деятельность государства определяет ту экономическую среду, в которой принимает решения современная фирма. Государство определяет правила, по которым совершаются деловые операции экономических агентов, оказывает воздействие на потоки товаров и ресурсов в экономике, поддерживает или препятствует той или иной деятельности индивидов и институтов экономической системы. Мы проанализируем лишь некоторые проблемы, связанные с государственным регулированием рыночной структуры и поведения фирм [1].

С точки зрения микроэкономической теории, базовой причиной необходимости государственной отраслевой и промышленной политики служат так называемые провалы рынка. К провалам рынка относятся монополия, внешние эффекты, общественные блага и несовершенство системы информации. В целом провалы рынка снижают эффективность спонтанной рыночной конкуренции. Применительно к конкретным рынкам они проявляются в высоком уровне необратимых издержек входа и транзакционных издержек [1].

Общей целью государственного регулирования отраслевых рынков служит решение проблем, связанных с провалами рынка, для повышения общественного благосостояния.

Основными концепциями, составляющими базис отраслевой политики, служат экономическая эффективность функционирования рынков и оптимизация поведения экономических субъектов. Однако современная отраслевая политика в первую очередь направлена на развитие конкуренции. Конкуренция на товарных рынках не является сама по себе целью, она лишь служит способом достижения экономической эффективности. Конкуренция является средством создания среды, благоприятствующей снижению издержек производства, созданию новых продуктов, новых видов деятельности, новых методов производства и организации, развития НИОКР, технического прогресса и инноваций. Необходимым уровнем конкуренции служит тот, при котором обеспечивается достижение указанных частных целей. Следовательно, оптимальный уровень конкуренции, государственной отраслевой политики в целом и антимонопольной в частности меняется в зависимости от особенностей страны, периода ее экономического развития, места в мировом хозяйстве и многих других факторов. Развитие конкуренции является процессом, а не результатом деятельности, и какие бы то ни было количественные ориентиры конкурентной должны использоваться с многочисленными оговорками и крайне осторожно.

Развитие конкурентной среды тесным образом связано со степенью экономической самостоятельностью рыночных субъектов.

Подмена самостоятельных решений экономических агентов государственным регулированием неэффективна из-за:

- эволюции рынков благодаря использованию частной информации, которой располагают только фирмы;
- внешних шоков, воздействия которых на экономическую систему невозможно предугадать;
- невозможности в государственной политике учесть весь комплекс интересов экономических агентов.

Усилия государства по созданию конкурентной отраслевой структуры должны способствовать тому, чтобы субъекты экономики имели наиболее широкие возможности принимать самостоятельные решения. Применительно к товарным рынкам это означает создание условий, благоприятных для конкуренции, – прежде всего, снижение барьеров входа в отрасль путем развития рыночной инфраструктуры. [2]

В условиях глобализации сформировалось *мировое рыночное пространство* с определённой структурой. Обычно выделяют три яруса – верхний, средний и нижний. Для каждого из них характерен определённый набор товаров и услуг. На каждом ярусе складывается специфическая система взаимодействий, формируются особые «правила игры», определяющие структуру цен, конкурентные стратегии, стимулирующие и защитные меры и т.п.

Верхний ярус представлен совокупностью отраслевых рынков, основанных на высоких технологиях. На **среднем ярусе** мирового рыночного пространства осуществляются операции со средне технологичной продукцией, как правило, капиталоемкой. На **нижнем ярусе** представлены низко технологичные, трудоемкие готовые изделия, а также базовые товары – природные ресурсы и/или их производные. В сложной структуре мирового рыночного пространства появляются «мёртвые зоны», которые заполняются теневыми отношениями.

Мировое рыночное пространство чрезвычайно подвижно. Мировые отраслевые рынки меняют свои границы. В процессе пространственного структурирования отраслевых рынков большинство их параметров изменяется как форме, так и содержанию.

Пространственное видение отраслевых рынков позволяет представить их государственное регулирование как многоуровневую систему (см. рис.1) [6].

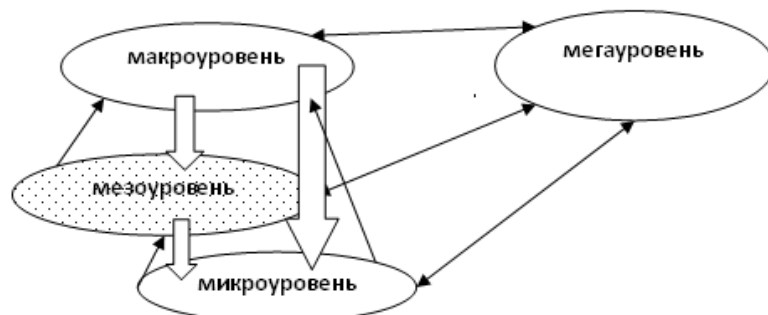


Рис. 1. «Многоуровневый характер государственного регулирования пространственно структурированных отраслевых рынков» [6]

Макроэкономический уровень государственного регулирования отраслевых рынков выполняет воспроизводственную функцию. *Мезоэкономический уровень* представлен отраслями, регионами, вертикально интегрированными комплексами, сетевыми структурами, кластерами, крупными

корпорациями и т.п. Элементы *микроуровня* – фирмы, предприятия и т.п. – являются важнейшими воспроизводственными элементами национально-государственной системы.

Глобализационные процессы (*мегауровень*) оказывают существенное воздействие на *модификацию* функций, методов, мер, инструментов государства по регулированию отраслевых рынков [6].

В многоуровневой системе государственного регулирования пространственно структурированных отраслевых рынков теоретическое обоснование функций государства осуществляется на основе принципа взаимной обусловленности структуры рынка, поведения фирм, результативности функционирования рынка, государственного регулирования отраслевых рынков, институтов гражданского общества, а также заинтересованных субъектов *мега* уровня [3].

В условиях глобализации возрастает роль транс-, меж-, наднациональных организаций. Поэтому во многих странах законодательство, направленное на регулирование отраслевых рынков, разрабатывается с ориентацией не только на национальный рынок, но и мировой. В первую очередь это касается антимонопольного законодательства.

Возрастает роль институциональной составляющей государственного регулирования пространственно структурированных отраслевых рынков. Международные нормы могут, как способствовать, так и препятствовать принятию регулирующих решений. Так, в ЕС принято правило, согласно которому товары и услуги могут экспортироваться во все страны ЕС, лишь бы они соответствовали нормам *страны происхождения*. В результате разработанные во многих странах нормы, запрещающие или ограничивающие импорт продовольственных товаров, если они не соответствуют национальным стандартам, не могут быть применены. Например, даже если приготовление бельгийского пива не соответствует немецкому закону 1516/17 годов (раньше оно было запрещено к продаже в Германии), оно может продаваться в Германии, т.к. соответствует стандартам Бельгии. В 1980-е годы в Европейском суде неоднократно рассматривались дела, связанные с отличиями в стандартах разных стран [5].

В настоящее время ведётся разработка новых инструментов государственного регулирования отраслевых рынков, направленных на обеспечение национальной безопасности – экономической, технологической, продовольственной, экологической и т.п. Для национальных регулирующих и надзорных органов участие в работе международных организаций – формальных и неформальных, обеспечивающих координацию действий по регулированию отдельных мировых рынков, стало неотъемлемой частью их работы.

Наибольший уровень согласованности мер, методов и инструментов государственного регулирования отраслевых рынков характерен для Европейского Союза. Здесь ведётся работа по согласованию конкурентной, технологической, инновационной политики, регулированию деятельности естественных монополий, сделок в области слияний и поглощений и т.д.

Как следствие, на каждом пространственном структурированном отраслевом рынке сформировалась (или формируется) особая многоуровневая система регулирования [6].

Проанализировав можно сделать следующие выводы:

1. Наличие провалов, которые невозможно предугадать.
2. Отсутствие четких показателей экономической эффективности.
3. Отсутствие механизмов рыночных экономических субъектов (агентов).
4. Подмена самостоятельных решений экономических субъектов государственным регулированием.

5. Формирование мировых отраслевых рынков влияющие на внутренние отраслевые структуры национальных границ. Наличие Макроуровня мезоуровня, микроуровня и *мегауровня*. В связи с этим возникает необходимость формирования новых инструментов экономической защиты государства и развития новых методов согласования политики на международном уровне.

Список использованных источников и литературы

1. Колбачев Е.Б., Штапова И.С. Теория отраслевых рынков / Е. Б. Колбачев. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 269.
2. Похомава Н.В. Экономика отраслевых рынков и политика государства / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер; (СПбГУ). – М.: Экономика, 2009. – 815 с.
3. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. – М.: Инфра-М, 2009. – 442 с.
4. Лебедев О.В. Экономика отраслевых рынков. – Томск: Изд-во Политехнического университета, 2009.
5. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков / Н.М. Розанова. – М.: Юрайт, 2011. – 906 с.
6. Шогенов А.Х. Государственное регулирование пространственно структурированных отраслевых рынков // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2012. – № 11. С.7-11.

МИРОВОЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Чан Нгуен Лонг, магистрант

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

На пороге XXI века важнейшим, ключевым условием ускоренного прогресса социально-экономического развития является эффективная инновационная политика – деятельность, конечной целью которой является внедрение основанных на достижениях научно-технического прогресса (приоритетных фундаментальных и прикладных НИР и ОКР, изобретательства) новых, передовых, «прорывных» техники и технологий, форм организации труда и управления, пионерских и крупных изобретений. Динамичное социально-экономическое развитие многих стран мира, их рывок в будущее стали окончательно основываться исключительно на инновациях, последствия которых приняли стратегически важный характер. Россия вынуждена принять инновационный вызов. Сегодня вопрос стоит так: либо сокращение экономического, промышленно-производственного потенциала страны будет компенсировано на передовом научно-техническом, технологическом уровне, для чего потребуются резкое увеличение инновационной активности, либо страна будет отброшена назад не только по объему выпускаемой продукции, но и по ее технологическим возможностям, отстанет навсегда во всех видах своего развития от высокоразвитых стран. За рубежом производство наукоемкой продукции обеспечивают всего 50 – 55 макротехнологий. Семь наиболее развитых стран, обладая 46 макротехнологиями, держат 80% этого рынка. США ежегодно получают от экспорта наукоемкой продукции около 700, Германия – 530, Япония – 400 млрд. дол. В мировой экономической науке считается доказанным, что вклад научных достижений в рост ВВП может превышать 50%. Объем мирового рынка наукоемкой продукции составляет сегодня 2 трлн. 300 млрд. дол. США. Из этой суммы 39% – это продукция США, 30% – Япония, 16% – Германии. Доля же России составляет всего 0,3%.

Высокоразвитым зарубежным странам с рыночной экономикой удалось отработать разнообразные эффективные инновационные административные и экономические механизмы, основанные на следующих принципах:

– динамичный, адекватный складывающейся ситуации отраслевой и предметно-тематический подход государства к определению того, что считать инновациями, какие виды достижений научно-технического, технологического прогресса должны рассматриваться в качестве ключевых на данный период;

– исключительно весомая и законодательно закреплённая экономическая и политическая поддержка инноваций со стороны власти;

– автоматическое «включение» мер государственной поддержки инноваций по формальным основаниям и независимо от воли государственных чиновников.

К прямым методам экономического регулирования, как правило, относятся: государственное инвестирование в виде финансирования (целевого, предметно-ориентированного, проблемно-направленного), кредитования, лизинга, фондовых операций; планирование и программирование, а также государственное предпринимательство. В Канаде прямое стимулирование НИОКР государством заключается в предоставлении государственной гарантии кредита в коммерческих банках и государственном финансировании НИОКР. В Японии государство осуществляет бюджетное субсидирование и льготное кредитование подведомственных различным министерствам НИИ, государственных корпораций, исследовательских центров, осуществляющих НИОКР совместно с частными компаниями. В Германии правительство осуществляет финансовую поддержку в развитии долгосрочных и рискованных исследований в ключевых областях научно-технической и производственно-хозяйственной деятельности.

Косвенные методы регулирования инновационной деятельности за рубежом, в основном, направлены, с одной стороны – на стимулирование инновационных процессов, а с другой – на создание благоприятных экономических условий и социально-политического климата для научно-технического развития. Они основаны на том, что государство прямо не ограничивает самостоятельности предприятий в принятии хозяйственных решений. Воздействие этих методов успешно, если они способствуют формированию общественных, а не индивидуальных условий хозяйствования. Среди косвенных методов управления традиционно выделяются налоговое и амортизационное регулирование, кредитная и финансовая политика, ценовое регулирование. Важнейшую роль играют налоговые льготы, используемые для поощрения тех направлений деятельности корпораций, которые желательны с точки зрения государства, в том числе льготы, направленные на стимулирование научно-технического прогресса, экспорта и деловой активности инновационного бизнеса.

Среди налоговых льгот выделяются пять основных: скидки на прибыль в размере капиталовложений в новое оборудование и строительство; скидки с налога на прибыль в размере расходов на НИОКР; отнесение к текущим затратам расходов на отдельные виды оборудования, обычно используемого в научных исследованиях; создание за счет прибыли фондов специального назначения, не облагаемых налогом; обложение прибыли по пониженным ставкам (для небольших предприятий). Инвестиционная налоговая скидка предоставляется лишь после ввода новой техники в эксплуатацию. Право на получение налоговой скидки наступает для компании автоматически: его не

надо доказывать и обосновывать, т.к. оно закреплено законодательством. Размер скидки устанавливается в процентах от стоимости внедряемой техники и составляет: 5,3% в Японии (для электронной техники и оборудования), 50% в Великобритании (для 1-го года эксплуатации новой техники, технологии, материалов и т.п.), 10 – 15% в Канаде (в зависимости от освоенности территории месторасположения компании – освоенные или неосвоенные районы страны) и 100% в Ирландии. В США налоговая скидка на инвестиции применяется лишь для энергетического оборудования.

За рубежом льготы на НИОКР даются чаще в виде скидок с расходов компаний на эти цели. Существуют два вида налоговых скидок – объемные и приростные. Объемная скидка дает льготу пропорционально размерам затрат. Так, например, в США, Великобритании, Канаде, Бельгии, Швеции, Италии 100 % расходов на НИОКР вычитается из налогооблагаемых доходов компаний. В Австралии (частные компании) – 150%. В ряде стран, таких как Нидерланды, Норвегия, Австрия, Малайзия предприятия энергетических отраслей полностью исключают расходы на НИОКР из прибыли до налогообложения. Приростная скидка определяется исходя из достигнутого компанией увеличения затрат на НИОКР по сравнению с уровнем базового года или среднего за какой-то период. Эта скидка действует после того, как указанные расходы были произведены. Максимальная скидка – 50% имеет место во Франции, но она не может превышать 5 млн. франков в год. В Канаде, США, Японии и Тайване она составляет 20%. Однако и здесь имеется ряд ограничений. Некоторые зарубежные страны используют одновременно оба вида налоговых скидок – и объемный, и приростной, но по отношению к разным видам расходов. Так, в США общая приростная скидка дополнена объемной в размере 20% для затрат частного сектора на финансирование фундаментальных исследований. Существует и практика установления потолка размера списания налогов по скидкам на НИОКР. В Японии и Южной Корее он не должен превышать 10% от суммы корпоративного налога. А в Канаде, Испании и на Тайване потолок существенно выше – соответственно 75, 35 и 50%. В Австралии, Франции, Италии и Нидерландах установлен стоимостной предел налоговой скидки.

Временное освобождение от уплаты налога на прибыль или частичное его снижение («налоговые каникулы») действует во Франции и распространяется на вновь созданные мелкие и средние фирмы (в том числе научно-исследовательские) со снижением на первые 5 лет их деятельности на 50% уплачиваемого ими подоходного налога.

В Великобритании для стартующих инновационных компаний налог на прибыль снижен с 20% до 1%.

Потолок не облагаемых налогом инвестиций таких компаний поднят на 50% – до 150 тыс. фунтов стерлингов. Снижен налог на прирост капитала от долгосрочных инвестиций в стартующие инновационные компании и снят налог при реинвестировании в такие компании. Устранен облагаемый налогом предел в 1 млн. фунтов стерлингов на фонды, привлеченные соответствующими компаниями, для компаний с объемом основных фондов менее 10 млн. фунтов стерлингов. Выделены 50 млн. фунтов стерлингов под правительственные гранты в стартующие инновационные компании. Для мелких и средних предприятий налоговые льготы позволяют снижать налогооблагаемый доход на 20% в случае, если превышен предыдущий максимальный уровень расходов на НИОКР, либо уменьшать налоговые выплаты на 6% от величины расходов на исследования и разработки, но в этом случае уменьшение не должно составлять более 15% от налоговых обязательств фирмы. Расходы, которые фирмы несут при платежах исследовательским учреждениям в связи с научно-технологическим развитием, также могут вычитаться из налогооблагаемой прибыли. Вводятся налоговые льготы, связанные с системой амортизационных списаний. Они используются для стимулирования опережающего развития конкретных отраслей, поощрения НИОКР или для общего инвестиционного оживления. В высокоразвитых странах широко применяется ускоренная амортизация оборудования как стимул для обновления производственных фондов. Так, в США установлен срок амортизации в 5 лет для оборудования и приборов, используемых для НИОКР, со сроком службы более 4 и менее 10 лет. В Японии система ускоренной амортизации введена для компаний, применяющих либо энергосберегающее оборудование, либо оборудование, которое содействует эффективному использованию ресурсов и не вредит окружающей среде. Применяются разнообразные нормы ускоренной амортизации – от 10 до 50%. Однако наиболее распространенная ставка составляет в среднем 15 – 18%.

Компаниям в Великобритании разрешено списание полной стоимости технического оборудования в 1-й год его работы. В Германии в 1-й год может быть списано 40% расходов на приобретение оборудования и приборов, используемых для проведения НИОКР. Система амортизационных списаний в Швеции позволяла оборудованию со сроком службы до 3-х лет и с незначительной ценностью списывать в расходы в год приобретения, а в целом машины и оборудование – в течение 4–5 лет. Во Франции существует возможность применения ускоренной амортизации к важнейшим видам оборудования: энергосберегающему, экологическому, информационному. Например, компьютер можно амортизировать за 1 год. Коэффициент амортизации при сроке службы оборудования до 4 лет равен 1,5; 5–6 лет равен 2; более 6 лет равен 2–2,5. В целях активизации инновационной активности за рубежом государство нередко стимулирует и подготовку кадров. Так, во Франции 25% прироста расходов на подготовку кадров освобождаются от налогов (там, где безработица велика, эти затраты не облагаются налогами). Помимо этого за рубежом общепринято стимулировать НИОКР правительственными гарантиями путем

предоставления долгосрочных кредитов для перспективных направлений исследований (в США в официальных правительственных документах капиталовложения в научно-технологическую сферу даже именуется «инвестициями в будущее», а сфера НИОКР рассматривается как один из наиболее эффективных механизмов осуществления стратегических национальных целей). Затраты на НИОКР в процентах к ВВП в 2009 г. составляли, например: в США – 2.55%, Германии – 2.26, Японии – 2.78, Франции – 2.05, Италии – 1.13; Великобритании – 2.05. Ежегодный же прирост государственных затрат в научно-исследовательской сфере в США составляет около 10%.

Также экономическим мерам государственного регулирования инноваций относится и политика протекционизма в виде торгово-валютного регулирования, направленного на защиту и реализацию новшеств внутри страны.

Так, в 1987 году под давлением Ассоциации электронной промышленности США администрация Рейгана ввела 100% налог на некоторые виды японской электроники, ввозимой на американский рынок, что было вызвано превышением импорта электронных изделий из Японии над американским экспортом соответствующих товаров на 16%. Во Франции используются методы, поощряющие стимулирование экспорта. Рисковые затраты фирм, создающих филиалы за границей, в течение 6 лет могут вести к уменьшению налогообложения.

В интересах активизации инновационной активности в экономически развитых зарубежных странах государство играет большую роль в создании социальной инфраструктуры, включающей формирование информационной системы внутри страны.

Список использованных источников и литературы

1. Дерягин А.В. Наука и инновационная экономика в России // Инновации, 2007.
2. Дынкин А.А. Место России в мировом технологическом пространстве. Национальная инновационная система. – ВК ЗАО «Экспоцентр», 2006.
3. Киреев А. Международная экономика В 2-х ч. – М: Международные отношения, 2007. – 416 с.
4. Кокшаров А., Кирьян П. Торговцы будущим. – М.: Эксперт 23, 2007.
5. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационное предпринимательство. – М.; ИНФРА-М, 2006.
6. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие / И.В. Афонин. – М.: Гардарики, 2008. – 224 с.
7. Базилевич А.И. Инновационный менеджмент предприятия : учеб. пособие для студентов вузов / А.И. Базилевич. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 231 с.

ИННОВАЦИОННОЕ СОПРОТИВЛЕНИЕ: ПУТИ И СПОСОБЫ ЕГО УСТРАНЕНИЯ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Черепанова Е.О., студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

В данной статье дается определение инновационного сопротивления, а также рассматриваются основные виды, причины и способы сопротивления инновациям. Предложены различные способы преодоления инновационного сопротивления.

Реализацию потенциальной возможности выхода страны на траекторию быстрого и устойчивого социально-экономического роста традиционно связывают с переходом экономической системы страны на инновационную модель развития. Активизация инновационной деятельности субъектов хозяйствования является одним из наиболее важных факторов повышения уровня конкурентоспособности экономики страны и обеспечения национальной безопасности государства.

В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года отмечается, что к 2020 году страна будет иметь 5–10% на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг по 5–7 позициям, включая атомную энергетику, авиатехнику, космическую технику. Кроме того, планируется повысить в два раза долю высокотехнологичного сектора в ВВП с 10,9% до 17–20%, увеличить в 5–6 раз долю инновационной продукции в выпуске промышленности, в 4–5 раз – долю инновационно активных предприятий с 9,4% до 40–50% [1.С.3]

Однако на сегодняшний день лишь 0,3% мирового рынка наукоемкой продукции принадлежит России (для сравнения: доля США составляет 36%, Японии – 30%, Германии – 16%) [2.С.3].

Данное положение России на рынке инновационной продукции является следствием инновационного сопротивления, которое выражается в нежелании или полном отказе принимать участие в инновационном процессе со стороны различных организаций.

В зависимости от силы и интенсивности выделяют активное и пассивное сопротивление.

• Пассивное сопротивление – форма более или менее скрытого неприятия перемен, выражающегося в виде снижения производительности или желания перейти на другую работу.

• Активное сопротивление – форма открытого демонстративного выступления против проектов, решений о проведении структурных изменений в организации перестройки, например, в виде забастовки, явного уклонения от внедрения новшеств [3.С.3].

Среди причин инновационного сопротивления А.И. Пригожин выделяет социальные, экономические и психологические причины сопротивления изменениям. К психологическим причинам относятся неразвитость мотивации, эффекты «изобретено не здесь» и «проще купить за границей». К экономическим – дешевизна рабочей силы и отсутствие связи доходов с качеством труда. К социальным – заинтересованность сохранить существующую инерционность организации [4.С.3].

К способам сопротивления относятся:

- конкретизация документов (постоянная доработка инновационного проекта);
- кусочное внедрение (внедрение одного элемента новшества);
- вечный эксперимент (затягивание эксперимента);
- отчетное (только на бумаге) и параллельное (старое сосуществует с новым) внедрение [5.С.3].

При внедрении инноваций возникают противоречия между его сторонниками и противниками. Новаторы рассчитывают на улучшение работы организации. Консерваторы опасаются того, работа станет хуже. Позиция каждой из этих сторон может быть достаточно обоснованной. В большинстве своем инновации противоречивы, поскольку, как правило, нет абсолютной уверенности в том, что они окажутся оправданными. Иногда отсроченные негативные последствия инноваций вполне перекрывают их положительный эффект. Поэтому инновации нередко выступают как объект конфликта между новаторами и консерваторами.

Для преодоления инновационного сопротивления существуют различные методы, среди которых наиболее известна классификация способов преодоления сопротивления Коттера и Шлезингера. Они выделяют шесть способов, дают их оценку с точки зрения преимуществ и недостатков, а также предпосылки применения [6.С.3].

Таблица 1. «Способы преодоления сопротивления организационным изменениям»

Способы	Предпосылки применения	Преимущества	Недостатки
Обучение и предоставление информации	Недостаток информации, недостоверная информация или ее неправильная интерпретация	При убежденности сотрудников в необходимости мероприятия они активно участвуют в преобразованиях	Требует очень много времени, если необходимо охватить большое число сотрудников
Привлечение к участию в проекте	Дефицит информации у инициаторов проекта относительно программы изменений	Участники заинтересованно поддерживают изменения и активно предоставляют релевантную информацию для планирования	Требует очень много времени, если участники имеют неправильное представление о целях изменений
Стимулирование и поддержка	Сопротивление в связи со сложностью индивидуальной адаптации к изменениям	Учет индивидуальных пожеланий облегчают достижение целей изменения	Требует крупных расходов, что может привести к неудаче проекта
Переговоры и соглашения	Сопротивление руководства предприятия, опасаящихся потерять свои привилегии в результате изменений	Предоставление стимулов в обмен на поддержку может оказаться относительно простым способом преодоления сопротивления	Часто требует больших расходов и может вызвать претензии у других групп
Кадровые перестановки и назначения	Несостоятельность других способов влияния или недопустимо высокие затраты по ним	Сопротивление относительно быстро ликвидируется, не требуя высоких затрат	Угроза будущим проектам из-за недоверия затрагиваемых лиц
Скрытые и явные меры принуждения	Острый дефицит времени или отсутствие властной базы у инициаторов изменений	Угроза санкций заглушает сопротивление, делает возможной быструю реализацию проекта	Связано с риском, порождает стойкую озлобленность по отношению к инициаторам

Среди данных способов преодоления сопротивления можно выделить «мягкие» и «жесткие» способы.

«Жесткие» способы относятся к стратегии с ориентацией на принуждение: принуждение сотрудников к работе по новым правилам, их замена и увольнение. Данные способы лишь в исключительных случаях могут привести к устойчивому успеху. Желаемое поведение определяется страхом перед наказанием, а не убежденностью подчиненного. Таким образом, «жесткими» способами не могут быть достигнуты изменения, гарантирующие организации стабильный и длительный успех, возможны лишь кратковременные достижения в кризисные периоды.

Наиболее эффективными являются «мягкие» способы преодоления сопротивления инновациям. К ним относятся:

- информирование о планах и ходе изменений;
- вовлечение сотрудников в процесс изменений;
- создание для них возможности вносить свои предложения по изменениям;
- обсуждение с персоналом принимаемых организационных решений;
- обучение смежным профессиям и новым методам работы.

В этом случае исходят из факторов, определяющих индивидуальные ценностные представления, групповые нормы и общие цели. Затрагиваемые изменениями лица должны быть сами заинтересованы в том, чтобы изменить свою нормативную ориентацию по отношению к старым моделям и выработать новую систему обязанностей.

Самым популярным «мягким» способом является метод убеждения: личные беседы, публичные выступления и обучающие мероприятия, цель которых – изменить точку зрения адресата информации относительно предмета разговора.

Если рассмотреть ситуацию с учетом характера изменений, то выясняется, что «жесткие» способы воздействия на сотрудников применяются чаще в ходе «вынужденных» изменений. «Вынужденные» изменения деятельности организации начинаются вследствие неожиданного изменения условий во внешней среде или внутри организации, которые угрожают ее существованию.

Таким образом, выбор способа преодоления сопротивления («жесткие» или «мягкие» способы) во многом зависит от квалификации руководства и сотрудников в применении способа, а также от характера изменений. Сочетание способа убеждения с другими мягкими методами приводит к наиболее эффективному преодолению инновационного сопротивления.

Главными задачами руководителя организации являются устранение сложившегося сопротивления и направление этой энергии в положительное русло еще на стадии планирования и разработки инновационной политики. Для этого руководству фирмы необходимо предпринять следующие меры:

- реально оценивать возможности фирмы;
- создать хорошо отлаженную систему сбора и обработки информации;
- внедрить систему консенсуса – коллективного принятия решений с участием руководителей всех уровней и служащих;
- построить успешную систему мотивации для стимулирования творческого подхода и разработки идей;
- в инновационной деятельности ориентироваться на социально-этическую полезность нововведений для общества в целом;
- устанавливать и поддерживать долгосрочные связи с кредиторами, поставщиками и потребителями;
- активно взаимодействовать с общественными группами и учреждениями на взаимовыгодной основе, привлекая их к участию в инновационном процессе.

Таким образом, несмотря на существующие проблемы, связанные с внедрением инноваций, преодоление сопротивления возможно. Для этого необходимо четкое планирование и своевременное исполнение намеченных целей.

Список использованных источников и литературы

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: «Инновационная Россия – 2020» // Министерство экономического развития Российской Федерации
2. Мальшев А.А. Инновационность корпоративной культуры компаний как условие модернизации российской экономики // Российский внешнеэкономический вестник. – 2012. – № 8. – С. 96–100.
3. Щербакова Д.В. Сопротивление организационным инновациям: методология социологического исследования // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 4. – С. 29–39.
4. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 863 с.
5. Осипова Е.В. Стратегический подход к планированию и проведению организационных изменений // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 6. – С. 13–18.
6. Коттер Дж.П. Впереди перемен. – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 256 с.

ВЕРОЯТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ УСПЕШНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СДЕЛКИ

Чернов И.А., аспирант

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

Вероятностная модель успешного инвестиционного решения на основе максимизации полезности как для инвестора, так и для объекта инвестиций $p(I_s) = f(g_1; g_2)$ – где, g_1 – функция полезности для инвестора, g_2 – функция полезности для объекта инвестирования.

Вид аддитивной функции полезности:

$$g(x) = \sum_{i=1}^n \lambda_j V_j(k_j),$$

где,

$g(k)$ – функция полезности альтернативы на множестве критериев K , $0 \leq g(k) \leq 1$;

$V_j(k_j)$ – функция полезности альтернативы по критерию k_j , $0 \leq V_j(k_j) \leq 1$, $j = \overline{1, n}$;

которая представляет собой математическое ожидание полезности на основе анализа инвестиционных сделок;

$$\lambda_j - \text{вес } j\text{-го критерия, } \sum_{j=1}^n \lambda_j = 1, \lambda_j > 0.$$

Дж. Нейман и О. Моргенштерн предложили процедуру построения индивидуальной функции полезности, которая (процедура) заключается в следующем: Лицо, принимающее решение, (ЛПР – лицо, принимающее решение, в рассматриваемой ситуации – либо инвестор, либо предприятие, поэтому возникает дихотомия) отвечает на ряд вопросов, обнаруживая при этом свои индивидуальные предпочтения, учитывающие его отношение к риску. В общем случае график функции полезности может быть трёх типов:

- для ЛПР, не склонного к риску, – строго вогнутая функция, у которой каждая дуга кривой лежит выше своей хорды;
- для ЛПР, безразличного к риску, – прямая линия;
- для ЛПР, склонного к риску, – строго вогнутая функция, у которой каждая дуга кривой лежит ниже своей хорды.

Стратегический инвестор формирует дискретный набор инвестиционных сделок $\theta = (\theta_t)_{t \in [0, T]}$. Здесь (θ_t) – n -мерный вектор количества капитала W_t , инвестируемого в момент t в d предприятий. Оставшаяся часть капитала инвестора $\theta_t^0 = W_t - \theta_t^T I = W_t - \sum_{i=1}^d \theta_{it}$ (I – d -мерный вектор из единиц, а верхний индекс T соответствует транспонированию). Целью инвестора является максимизация ожидаемой полезности на горизонте инвестирования, которая предполагается аддитивно сепарабельной по времени

$$E \left[\int_0^T e^{-\delta t} u(c_t^{firm}) dt + e^{-\delta T} \bar{u}(W_T^{firm}) \right]$$

где,

E - оператор математического ожидания,

u, \bar{u} - возрастающие и вогнутые функции полезности Неймана - Моргенштерна,

δ - субъективный дисконтный фактор инвестора (фактор временного предпочтения).

Вероятность сделки для инвестора будет тем выше, чем выше значение неявного процесса полезности инвестиционной сделки $J = (J_t)$, которая определяется следующим образом:

$$J(W, t) = \sup E_{W,t} \left[\int_t^T e^{-\delta(s-t)} u(c_s) ds + e^{-\delta(T-t)} \bar{u}(W_T) \right]$$

При выборе стратегий инвестирования стратегический инвестор имеет дело с рядом переменных, стохастически эволюционирующих с течением времени:

- рыночная стоимость капитала r_t ;
- стоимость приобретения участия в деятельности предприятия;
- ожидаемые ставки доходности, вариационно-ковариационная матрица ставок доходности по инвестиционным альтернативам, которая определяется на основании анализа инвестиционной привлекательности объектов инвестирования;

Поскольку объектом инвестирования стратегического инвестора является предприятие, которое заинтересовано в привлечении дополнительных ресурсов, поэтому является объектом инвестирования оно выступает на рынке в качестве противоположной стороны инвестиционной сделки и предъявляет свои требования к процессу инвестирования, которые также могут быть описаны с использованием функции полезности:

$$E \left[e^{-\delta t} \sum_{j=1}^n \lambda_j u_j(c_t) + e^{-\delta t} \sum_{k=1}^n \lambda_k \bar{u}_k(W_t) \right]$$

Рассмотрение данной функции аналогично приводит нас к построению функции полезности инвестиционной сделки для объекта инвестирования:

$$J(W, t) = \sup E_{W,t} \left[e^{-\delta(s-t)} \lambda_j u_j(c_s) ds + e^{-\delta(T-t)} \lambda_k \bar{u}_k(W_T) \right]$$

(формула Байеса – условная вероятность: вероятность события насколько успешна сделки и для инвестора (p_1) и для объекта инвестирования (p_2))

Тогда общая вероятность успешности инвестиционной сделки принимает вид:

$$p(I_s) = f\{J_1(W, t), J_2(W, t)\}$$

Расчет апостериорной вероятности производится по формуле Байеса, т.е.

$$P(H_i / A_{(j)}) = \frac{P(A_{(j)} / H_i) P(H_i)}{\sum_{i=1}^n P(A_{(j)} / H_i) P(H_i)}, \quad i = \overline{1, n}, \quad (1)$$

где H_i – предположение (гипотеза) о том, что вариант v_i является оптимальным; $A_{(j)}$ – результат инвестиционной сделки (событие) об оптимальности варианта v_j ; n – число рассматриваемых вариантов (мощность множества V); $P(H_i)$, $P(H_i / A_{(j)})$ – априорная и апостериорная вероятности гипотезы H_i , соответственно; $P(A_{(j)} / H_i)$ – вероятность события $A_{(j)}$, если имеет место гипотеза H_i (правдоподобие).

Будем полагать, что событие A_j произошло, если вариант v_j – наиболее оптимальная (первая) инвестиционная стратегия.

Если произошло событие $\bar{A}_{(j)}$, то апостериорная вероятность $P(H_i / \bar{A}_{(j)})$ рассчитывается по формуле, аналогичной (1), т.е.

$$P(H_i / \bar{A}_{(j)}) = \frac{P(\bar{A}_{(j)} / H_i) P(H_i)}{\sum_{i=1}^n P(\bar{A}_{(j)} / H_i) P(H_i)},$$

где $P(H_i / \bar{A}_{(j)})$ – апостериорная вероятность гипотезы H_i при событии $\bar{A}_{(j)}$. По результатам работы очередного k -го критерия оптимальности инвестиционной стратегии рассчитываются усредненные апостериорные вероятности по формуле

$$\bar{P}_k(H_i / \mathcal{A}) = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n P(H_i^k / \tilde{A}_{(j)}); \quad i, j = \overline{1, n};$$

$$\mathcal{A} = \{\tilde{A}_{(j)}; \quad j = \overline{1, n}\},$$

где $\tilde{A}_{(j)}$ – событие, связанное с проверкой гипотезы H_j^k , т.е. того, что k -й критерий варианта v_j позволит ему стать наиболее оптимальной стратегией, для части слагаемых суммы имеет место $A_{(j)}$, для другой – $\bar{A}_{(j)}$.

Вероятности $P(H_i)$, $P(H_i / A_{(j)})$, $P(H_i / \bar{A}_{(j)})$, $\bar{P}_k(H_i / \mathcal{A})$ естественно удовлетворяют условию полноты группы событий, т.е.

$$\sum_{i=1}^n P(H_i) = 1; \quad \sum_{i=1}^n P(H_i / A_j) = 1; \quad \sum_{i=1}^n P(H_i / \bar{A}_j) = 1; \quad \sum_{i=1}^n \bar{P}_k(H_i / \mathcal{A}) = 1$$

и $P(A_{(j)} / H_i) + P(\bar{A}_{(j)} / H_i) = 1; \quad i, j = \overline{1, n}.$

В качестве оптимального варианта v^* после оценки k -го критерия берется тот, для которого вероятность, рассчитанная по формуле, максимальна и выполняется условие, что некоторое наперед заданное число m последующих оценок критериев не изменяет соотношения

$$\bar{P}_{k+m}(H(v^*)/\mathcal{A}) = \max_{v_i \in V} \{\bar{P}_{k+m}(H(v_i)/\mathcal{A})\}$$

где $H(v^*)$ – гипотеза об оптимальности варианта v^* , $H(v_i) = H_i$.

При использовании байесовского подхода для решения подобных задач важную роль играет формализация правила «остановки» в процессе проведения оценки критериев оптимальности.

ЭФФЕКТИВНАЯ СТРУКТУРНАЯ ПОЛИТИКА – ВАЖНОЕ УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Якимова Т.Б., к.э.н., доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Важным условием повышения эффективности общественного производства является совершенствование отраслевой структуры промышленности.

Отраслевая структура экономики акцентирует внимание на соотношении между отдельными отраслями, подотраслями и видами экономической деятельности. В количественном выражении она определяется соотношением между отраслями и измеряется их удельным весом (долей) в общем объеме национальной экономики

Для анализа отраслевой структуры промышленности обычно используются следующие показатели:

- доля отдельной отрасли или комплекса в общем объеме промышленного производства и ее изменение в динамике;
- доля прогрессивных отраслей в общем объеме промышленного производства и ее изменение в динамике;
- коэффициент опережения;
- соотношение между добывающими и перерабатывающими отраслями.

К прогрессивным относятся отрасли, развитие которых обеспечивает ускорение научно-технического прогресса во всем народном хозяйстве. От их развития в значительной степени зависит эффективность общественного производства. В число прогрессивных отраслей обычно включают машиностроение, электроэнергетику и химическую промышленность. Рост их доли означает, что в отраслевой структуре происходят прогрессивные сдвиги, и это благотворно сказывается на экономике страны.

В 90-е годы в структуре российской экономики произошли существенные изменения. Возросла доля добывающих отраслей и снизилась доля высокотехнологичных производств. Произошло «утяжеление» экономической структуры.

Доля обрабатывающих производств в российском промышленном производстве в 2007 году составляла 66 % (в начале 90-х их доля составляла почти 90%). Объем валовой добавленной стоимости в обрабатывающих производствах в 2010 году равнялся 6,4 трлн руб. (14,1 % ВВП России). Начиная с 2007 г. доля обрабатывающей промышленности стала понемногу расти. Хотя российская доля добавленной стоимости на одного человека в данной отрасли значительно уступает таким странам, как США, Мексика, Турция, и стоит на девятом месте в мировом рейтинге, этот показатель выше, чем в Таиланде, Китае, Бразилии. Уже в 2009 году уровень выпуска военного оборудования и техники в российском оборонно-промышленном комплексе поднялся на 10 %. А производство в судостроении выросло в 2009 году на 62%. За десять лет, начиная с 2001 года, на территории отечества начали функционировать десятки совместных автомобильных предприятий.

Однако, несмотря на определенные успехи в данном секторе экономики, низкая конкурентоспособность многих отечественных предприятий обрабатывающей промышленности остается актуальной проблемой.

Важной особенностью российской обрабатывающей промышленности, позволяющей, по крайней мере, отчасти, объяснить низкие показатели эффективности и производительности, является высокая межотраслевая и внутриотраслевая дифференциация предприятий по этим показателям. Так, по данным обследования, разрыв в уровне производительности труда между 20% лучшими и 20% худшими предприятиями в одной отрасли составляет от 10 до 20 раз в зависимости от отрасли. Лучшие 20% работают в 2,5-3 раза более эффективно, чем отрасль в среднем. Более того, межотраслевые разрывы в уровне эффективности менее существенны, чем различия внутри отраслей [3].

В каждой отрасли, от относительно благополучной химической промышленности до депрессивной текстильной выделяются большее или меньшее ядро высокоэффективных и вполне конкурентоспособных предприятий. В целом такое ядро составляет не более 20-25% в зависимости от используемых критериев. Но одновременно в каждой отрасли имеется шлейф крайне непроизводительных предприятий, которые, тем не менее, продолжают существовать. Эти группы достаточно устойчивы и мирно «сосуществуют» в рамках одной отрасли, в совокупности и формируя низкие средние показатели производительности.

В зависимости от уровня конкурентоспособности и параметров развития в российской экономике можно выделить структурообразующие блоки отраслей, резко различающихся между собой (Таблица 1).

Таблица 1 «Основные характеристики секторов российской экономики»
(среднегодовые показатели, % к итогу, в 2011 г.)

	Добавленная стоимость	Экспорт	Численность занятых	Основные фонды	Налоговые платежи
Российская экономика – всего	100	100	100	100	100
торговля	19,6	-	18,0	24	10,3
сектор социальных услуг	8,2	3,0	19,1	0,8	3,4
обрабатывающие производства	15,5	32,7	15,2	13,8	17,4
добыча полезных ископаемых	11	70,3	1,6	15,2	28,2

Составлено автором на основании: Российский статистический сборник, 2012 г.

Таблица наглядно показывает отсутствие равновесия между основными отраслями экономики, структурную несбалансированность национальной экономики России. В долговременной перспективе такая несбалансированность ведет к перераспределению ресурсов от «успешных» секторов к неконкурентоспособным, что вызывает замедление развития всей экономики в краткосрочном периоде, а также к прогрессирующей дифференциации экономики, образованию нескольких параллельно существующих укладов, что, в конечном счете, подрывает ее устойчивость [2].

Важнейшим условием ускорения экономического роста и изменения его качества на основе перехода от доминирования сырьевых источников развития к приоритету промышленности высоких технологий является проведение национальной структурной и инновационной политики. Ключевым признаком структурных преобразований в экономике является то, что они связаны не только с совершенствованием производительных сил, но и с экономической и социальной структурами общества и как результат – политической системой. При этом экономическим результатом структурных преобразований должно быть повышение эффективного развития промышленного сектора экономики, общественного производства в целом.

Важной составляющей эффективной структурной политики выступает правильно ориентированная промышленная политика. При этом особенно важно определить, в какое русло должна быть направлена государственная инновационная политика, а также сосредоточиться на развитии тех отраслей, которые наиболее восприимчивы к инновационному развитию и обеспечивают стабильное развитие экономики.

Для достижения поставленных задач государство может использовать разные способы и инструменты, как прямого, так и косвенного характера. Прямое воздействие может иметь форму субсидий, льготных инвестиционных кредитов с целью создания, поддержки или развития отдельных предприятий, отраслей, а также проведения фундаментальных научных исследований. Косвенное воздействие осуществляется, в частности, путем налоговых льгот с целью поддержания или увеличения объема продукции, стимулирования инвестиций. Важнейшими средствами реализации структурной политики государства являются целевые программы и программы социально-экономического развития страны.

В 2008 г. правительством РФ была принята Концепция долгосрочного развития России на период до 2020. Однако, как отмечает академик Сергей Глазьев, правильные по сути цели Концепции долгосрочного развития России расходятся с реальной экономической политикой. В качестве примера приводятся первые действия правительства по минимизации последствий разразившегося мирового финансового кризиса – выделение свыше одного триллиона рублей (не менее 25 процентов ВВП) на поддержку российской банковской системы. Банки на этом заработали 200 миллиардов рублей, разместив деньги за рубежом; процентные ставки под кредитование отечественных предприятий обрабатывающей промышленности они при этом существенно не снизили. По мнению Сергея Глазьева, первое, что надо делать – «преодолевать недоступность кредитов для реального сектора экономики». Пока же доступ к дорогим кредитным ресурсам имеют лишь сырьевые отрасли [1].

В целом, можно отметить, что одним из главных направлений структурной политики в современный период должно стать формирование финансовой системы, которая могла бы аккумулировать временно свободные средства населения и направлять их на инвестиционные проекты, главным образом в реальный сектор экономики. Решение этой задачи может осуществляться как путем прямого участия государства в инвестициях и предоставления гарантий, так и на основе налогового и денежно-кредитного регулирования с целью сделать наиболее выгодными инвестиции в наиболее эффективные объекты реального сектора.

Список использованных источников и литературы

1. Глазьев С. Выход из сырьевой ловушки [электронный ресурс] – URL: <http://www.glazev.ru>
2. Жених Н.А. Структурная перестройка экономики на инновационной основе // Экономика и право. 2010. – №2. – С.43-48.
3. Лита А. Обработывающая промышленность России. – Ноябрь, 2012 [электронный ресурс] – URL: <http://fb.ru/article/43954/obrabatyivayuschaya-promyishlennost-rossii>
4. Российский статистический сборник, 2012 г. [электронный ресурс] – URL: <http://www.gks.ru>

OUTSOURCING IN EDUCATION – A SOURCE OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE UNIVERSITY

Bushueva M.A., student

National Research Tomsk Polytechnic University

The implementation of the strategy of innovative development of Russia can not be successful without radical changes in education, without solving problems of the quality of education, increasing competitiveness of the education system as a whole, and its graduates. To perform this task, we need to unite efforts.

Cooperation between the public and private sectors in order to get more cost-effective public goals for mutual benefit is called a public-private partnership (PPP). In today's world PPP is positioned as "new technology development of the economy." As with any component of the economy requires the development of PPP principles that will build relations between the two entities, and a clear legal framework that allows to protect the interests of each party.

One of the most effective forms of public-private partnership is outsourcing, which is a transfer (delegation) of state functions (powers) to public institutions in order to improve the management of state and municipal property and the provision of public services.

We consider outsourcing as one of the most effective forms of public-private partnership, which is explained by the following factors:

- private party bears the burden of responsibility for the work performed or services rendered;
- government finances works or provision of services;
- through competitive proceedings, the most appropriate contractor is chosen to do work;
- government reduces the need for certain activities in the non-core areas of the state [1].

Existing methods of management of universities do not provide high-quality training, satisfying customer needs - employers. Solving this problem requires immediate steps to modernize the system of higher education, the introduction of new organizational forms of training institutions with different government agencies and businesses.

The educational outsourcing – is the mechanism of balanced sharing of knowledge (skills, competence) between the educational system and the external structures (outsourcers), based on the diversification of functions.

The strategic goal of this interaction is to form the entrepreneurial orientation of the educational organization based on delegation of functions to partners and retain the functions that ensures the quality of training [1].

There are the following reasons for universities to resort to the educational outsourcing:

- competitive advantage over other universities of a similar structure by reducing the cost of qualified personnel (the largest item of expenditure in the activities of any organization);
- reducing the time and cost for marketing and innovative research through the transfer of a number of orders to relevant agencies (Center for Marketing Research, Quality Center, etc.);
- focus on the key issues of educational process and the quality of training students [2].

From the foregoing it can be concluded that outsourcing is a way to reduce the cost of universities. However, unlike a business where outsourcing is accompanied, as a rule, the transfer of jobs to countries with cheaper labor, which provides cost savings, universities may apply exclusively to national producers.

Many universities have practiced outsourcing, transferring to private firms and businesses services such as trade books and textbooks, catering, cleaning and other household functions. However, now universities can transfer to outside companies such administrative and management functions as human resources management, financial aid for students, accounting, management of charitable funds, compensation of employees of universities. [1]

Before taking the decision of outsource, the university management should evaluate all possible optimal solution to reduce costs, as well as to assess the impact of outsourcing. In particular, factors such as direct and indirect costs, impact on the university staff, the quality of the resulting outsourcing services, legal and ethical aspects of a decision and a possible conflict of interest, the decision of the host culture and traditions of the university, the possibility of management control the efficiency of the implementation of the contractor of its objectives, over the choice of priorities and direction in certain area.

According to experts, about 90% of USA universities have resorted to outsourcing to reduce costs. The most common areas of services to which the contractors involved are catering (67%), trade books, and books (52%), management of charitable funds (41%), legal services (28%). Other areas of administration, and financial activities (sports facilities, cleaning services, maintenance services of electrical, heating, accounting, etc.) are from 2 to 20%. According to surveys, more than 75% of administrators and managers are ready to outsource almost all administrative functions to business [2].

In Russia, outsourcing has not yet received such a powerful development, as in the rest of the world. Companies that provide outsourcing services have not yet carved out this business in a separate direction. The reasons that prevent the efficient outsourcing are: high risk to encounter unscrupulous performer, lack of reliable evaluation criteria of contractors and reliable tools to monitor them, the complexity of regulatory legislation, the danger of decentralization and fragmentation housekeeping and management idea that by outsourcing hardly possible to reduce costs and the resistance of university staff and trade unions to change, lack of providers of such services, and fear of project failure, lack of sufficient autonomy to make such a decision [3]. At present, the Russian Ministry is developing a package of legislation and economic mechanisms to delegate management authority external actors [1]. In addition, in Russia such a distrust of outsourcing is aggravated by immaturity of market and the low degree of contractual obligations fulfillment, as some Russian suppliers break delivery period, low quality of products [3].

The trend of increasing demand for outsourcing in Russia is similar to the world's. Gradually understanding is coming that outsourcing is an effective way to reduce costs, access new technologies and opportunities to concentrate on running their core business, and begins to create an environment for its successful implementation.

References

1. Никитин М. Образовательный аутсорсинг – инновационная модель управления: журнал «Народное образование» / М. Никитин, Г. Ярочкина. – 2007. – № 9. – С.122-128
2. Фиппс З. Аутсорсинг как способ сокращения расходов вузов: журнал «Экономика образования» / З. Фиппс, Дж. Мерисотис. – 2011. – № 3. –С.110-112
3. Ягунов А.Е. Аутсорсинг – проблемы использования аутсорсинга на российских предприятиях: экономический интернет-журнал «Nota bene» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://economic.narod.ru/nbene>

GOVERNMENT REGULATION OF INNOVATION PROCESSES IN RUSSIAN FEDERATION

Kovalenko M.A., student; Supervisor: Anofrikov S.P.

Siberian State University of Telecommunication and Information Sciences

The experience of developed countries has shown that it's the effectively functioning National Systems of Innovation that increase the scientific and technological potential and provide higher competitive position of the country. As for Russia's economy, it's now characterized as constantly growing, but its NSI is not functioning effectively.

For a start, in Russia there are a lot of disproportions, which originate from the Soviet period and still have effect on the innovation system. One of them – underdeveloped infrastructure of innovation activity, disconnection between science and industry, which appeared as a result of planned economy and had existed for 70 years in the Soviet times. Moreover, in the past there was state monopoly on foreign trade, everything was controlled by state authorities and by the Academy of Science. As a result there was no independence in innovation activity. In Russia for over 70 years private property was forbidden. Huge state industrial enterprises dominated in the country's economy and it wasn't allowed to start own business. Most recently government starts to improve climate for small and medium size enterprises in such big cities as Moscow and St.Petersburg. Science is also excessively concentrated in scientific and industrial centers. In the other parts of Russia it's still difficult to start own company and survive. Another disproportion connected with factor of not well developed telecommunications in Russia: in 2009 in only 25% of households had access to cable internet. It impedes information and knowledge transfer. Insurance, financial and legislative institutions are underdeveloped in the country and there are not enough high quality specialists to manage innovation processes in that spheres.

Russia's NSI started to be formed in unstable economic and political situation in the country when Ministries were being reformed, their functions were constantly changing. Therefore, there are many unresolved problems from the past of the Russian Federation. In that way, in modern country we observed a lot of possible barriers to innovation facing the Russian economy:

- Macroeconomic instability
- Shortage of “brains”, i.e. of ideas and professionals capable of developing them
- Heavy dependence of the Russian economy on commodities export
- Excessive bureaucracy
- Significant presence of the state in the economy

- Difficulties obtaining financing for start-ups and innovation projects
- Living and working conditions, which are uncongenial for entrepreneurs and the “creative class”
- Underdeveloped legal framework, including insufficient protection of investor rights.

It's not a secret that the government of the country plays the great role in all spheres of Russia's development. Sphere of innovation is not exception to this rule. Russian government regards creation of an innovative economy as the main priority. As the president declared Russia's goal is to gradually change from an oil-oriented economy to a technology-oriented one. One of the aspects of government regulation – Russian Innovation Strategy 2020 [1]. It follows primary goals are set to be reached by 2020:

1. Share of companies effecting innovations to increase to 40-50% (from current 10,9%).
2. Russian share of global market of hi-tech products and services to reach at least 5-10% in 5-7 market segments, share of global hi-tech goods export to reach at least 2%.
4. GVA of innovative goods and services in Russian GDP to reach at least 17-20% (from current 12%).
5. Share of innovative products in total Russian volume of production to reach at least 25-35% (from current 12,4%).
7. Share of publications produced by Russian researchers in global publication index to reach 5% (from current 2,5%).
9. At least 5 Russian universities to be included in the world's top according to international ratings and so forth.

In order to reach this goals strategy mentioned different objectives. For a start Russian innovative economy needs “innovative class” oriented towards not only consumption but also generation of innovations. Furthermore, there is really an important factor – drastic change in business perception and demand for innovations. Companies shall consider innovation not as an obligation or “hobby” but as an integral part of their business activity, vital for ensuring future competitively, efficiency and leadership. In addition, our country should make the State more innovative itself. This includes wide introduction of modern ICT technologies in governmental operations and services. Establishment of an “innovation climate” is important conditions and incentives to stimulate companies and individuals to innovate. Russia also needs formation of a balanced, sustainable R&D sector of economy. And the last but not least is increasing openness of national innovation ecosystem and innovation economy, enlarging integration of Russia into global innovation process, boost of international collaborations.

To achieve list if objectives for Russia it's necessary to use mixed innovation strategy. It means that in several areas like aerospace, nanotech and composites, nuclear power, ICT Russia may pretend to take the role of one of the global leaders, providing world-class innovative solutions and technologies (leadership strategy). In other areas the country will take the route of developed Asian countries (Japan, S.Korea, Singapoire, etc) importing and adopting the most advanced technologies available (catch up strategy). It is so, because pure leadership strategy is too expensive and may only be applied point wise in the technology areas where Russia is traditionally strong and has firm basis. In other areas (such as FMGC, automotive, construction, services, etc) modern technologies will be borrowed and adopted. This has its own advantage in minimizing risks, speeding up innovative projects, benefiting from overall improvement of country's technological development, decentralization and deregulation.

Another aspect of regulation is tax system of Russia. Russia provides an extensive list of tax concessions for companies with a high degree of intellectual capital.[2] For example, reduction of IT companies' social contributions from 30 percent to 14 percent until the year 2017 inclusive, introduction of intangible assets amortization for over 2 years instead of 10 years, adoption of a 0 percent profits tax rate for income received from disposal of shares in Russian hi-tech companies. Moreover, significant tax and customs concessions are granted to residents of special economic zones aimed at innovation and technological development, namely, decreases in major taxes (profits tax/social contributions) up to full exemptions (property tax, land tax and transportation tax). Some of the measures of the framework for participants of the Russian flagship Skolkovo project are unique in international practice. The purpose of the Skolkovo project is to create favorable conditions (at all stages of innovative project development including commercialization of the results) with all the infrastructure needed to concentrate intellectual capital and generate innovative solutions for priority industries - nuclear technologies, energy efficiency, aerospace technology, IT and pharmaceutical. Regarding taxes, legislation for Skolkovo residents, stipulates exemptions from VAT, profits tax and Developments in innovation and modernization of the economy property tax and a reduction in the rate of social contributions down to 14 percent for a period of up to 10 years. Furthermore, the regime stipulates a reimbursement of customs duties paid for imported qualifying equipment, if certain conditions are met, as well as simplified procedures for attracting foreign specialists.

As we deal with innovation process in Russia, it's barriers and historical preconditions of such situation, with main aspects of government regulation in Russia, it's important to stress attention to recommendations for unresolved problems. It means that to improve the quality of innovation process in the country, to overcome problems, it's important to do the following:

- 1). Create better climate for innovations;
- 2). Provide interest-free loans to individual inventors and small start-ups;
- 3). Create venture funds and provide tax benefits for them;

- 4). Create nets of technoparks and technopolices;
- 5). Introduce benefits system for participants of technologies transfer;
- 6). Improve coordination between ministries and departments as well as between different levels of government – federal, regional and municipal;
- 7). Increase volumes of state and private investment into R&D;
- 8). Stimulate purchasing of high-tech products;
- 9). Improve the system of managerial education;
- 10). Introduce tax benefits using experience of foreign countries, such as:
 - lowering tax rates for profit spent on R&D;
 - lowering taxes paid on dividends from innovation enterprises shares;
 - lower tax on profit received as a result of using patents, licenses, know-how and other intangible assets;
 - reducing taxable profit on the price for equipment given to universities and R&D enterprises;
 - subtracting charity payments to funds financing innovations from taxable income;

References

1. Ministry of Economic Development of the Russian Federation (2010) Draft of the Strategy of innovation development of the Russian Federation until 2020 “Innovation Russia – 2020” (in Russian)
2. Rosstat (Russia’s Federal State Statistics Service) (2011/2012) Various datasets. Official website – www.gks.ru.

VENTURE CAPITAL AS AN INNOVATIVE WAY OF ECONOMY DEVELOPMENT

Yakubik N.E., student

National Research Tomsk Polytechnic University

Venture-capital organizations raise money from individuals and institutions for investment in early-stage businesses that offer high potential but high risk. This paper describes and analyzes the structure of venture-capital organizations, focusing on the relationship between investors and venture capitalists and between venture-capital firms and the ventures in which they invest. The agency problems in these organizations and to the contracts and operating procedures that have evolved in response are emphasized. Venture-capital organizations are contrasted with large, publicly traded corporations and with leveraged buyout organizations. The present article generally to the structuring of a venture capital business, and more particularly, to one which provides unique participation opportunities for investors.

Keywords: Venture capital, investment, investor, venture-capital organization

Venture-capital organizations raise money from individuals and institutions for investment in early-stage businesses that offer high potential but high risk. This paper describes and analyzes the structure of venture-capital organizations, focusing on the relationship between investors and venture capitalists and between venture-capital firms and the ventures in which they invest. The agency problems in these organizations and to the contracts and operating procedures that have evolved in response are emphasized. Venture-capital organizations are contrasted with large, publicly traded corporations and with leveraged buyout organizations. The present article generally to the structuring of a venture capital business, and more particularly, to one which provides unique participation opportunities for investors.

Special problems inhibit venture capital investment including information asymmetry, non-marketability and conflicts between external and internal investors. All venture capitalists including government agencies face these problems and tax incentives do not help. The author shows the extent to which appropriate financing arrangements can provide an answer.

Financial incentives for investment in small business are receiving growing attention from policymakers both here and abroad (notably the USA).

A generic name for this kind of investment is “venture capital”. Unfortunately this term has various connotations, ranging from, all external funds provided to aft small businesses to equity like funds provided for small technological companies. The distinction between risk-capital and debt capital inherent in the second, definition is not useful in this context, since all external investment in small business is risky to a degree not found in, for instance, debt investment in large mature companies. Moreover, debt, investments are frequently part of an overall financing package [1].

The size of the company being invested in is clearly relevant to the definition and most would agree that investments in listed companies are not venture capital investments. The type of company being invested in may also be relevant, since problems of growth, evaluation of information, and external benefits assume particular significance for investments in small technological companies.

Thus, the discussion will focus on the supply of long-term funds to non-listed companies with special reference to technological ventures. For instance, consider what happens if the main restriction on investment in small business is, traceable to the fact that the investor exposes himself to a risk which depends heavily on the character, genius, and hard work of the businessman being financed, and these are difficult for an outside

investor to assess, This problem clearly does not arise to the same degree: in financing large companies which have a continuing existence independent of any single entrepreneur.

One possible response to this problem would be to provide tax incentives to those investing in small business. If the incentives are large enough, they will undoubtedly increase such investment. However, there is no guarantee that the extra investment will go to the "best" projects since the ability of the investor to discriminate between "good" and "bad" entrepreneurs is unchanged.

In fact the only way of solving such an informational problem is to harness the knowledge of those who are better able to assess the characters of individual entrepreneurs than are conventional financiers. There is obviously some temptation for the Government to believe it has this ability and to operate through quasi-governmental agencies. One should be suspicious of such beliefs, and not just because history tells us that it is not the case. Why should people with a valuable ability be more willing to work for the government than for a private investor? (There would have to be other reasons for establishing public-sector venture capital concerns).

The conclusion may be, therefore, that there is little that can be done to correct the problem that there are entrepreneurs who have perfectly good projects who cannot get them financed because they have no way of convicting investors [2].

From this illustrative example, it is apparent that one aspect of venture capital investment which differentiates it from investment in traded securities of mature companies is the problems of obtaining reliable information on which to base investment decisions. The other two fundamental differences seem to be the non-marketability of financial claims on small businesses, and the potential for conflict between the external investor and the entrepreneur.

What then can we say about the supply of venture capital? Are there significant reasons for believing that it is in some significant way can be corrected by public policy?

Two obvious causes for concern are externalities (social benefits and cost which do not result in some gain or loss for the investor) and current regulations which discriminate against small businesses. Although these are not our main focuses here, some general points are worth noting. External benefits to small technological businesses must be believed to be greater than those to large technological businesses if encouragement of the former rather than general encouragement of all technological businesses is to be desirable. Regulations which are imposed uniformly across all businesses may, in fact, be discriminatory against small businesses if the cost of meeting the regulations has an element which is fixed and does not vary with the size of the business. In this case relative cost of the regulation is greater for small businesses; and unless the relative benefits of the regulation are also greater for small than for large businesses, such regulations would be discriminatory.

First of all, a concern that there may be problems with the operation of the venture capital market which prevent worthy projects getting financed, but which do not show up as excess returns for the venture capitalists. If non-marketability makes venture capital investment less desirable than other forms of investment, investors presumably require a higher rate of return, on the former, and this would show up as a high realized rate of return. That there is no such marketability premium in actual rates of return on venture capital investments suggests that this particular aspect of non-marketability should not cause for concern.

A second problem related to non-marketability is that of ensuring that the behavior of the entrepreneur being financed does not conflict with the long run interests of the venture capitalist. Where an investor can sell his claim on a company in a market, he has less need to be concerned about this problem, since he does not have to remain invested in any firm that he perceives is acting, against his interests [3].

What kind of conflicts can arise? The entrepreneur may not put as much effort into the project as would otherwise be the case, since now part of the gain is going to the venture capitalist. The entrepreneur may be tempted to undertake a more risky strategy if the external money has been provided in the form of a debt, since gearing combined with limited liability can make high risk investments very attractive. The venture capitalist may find him in a position where his investment will be loss unless more funds are provided to the entrepreneurial firm.

In the last case, the venture capitalist may be willing to accept a low rate of return on his new investment to protect his old investment. In effect, the net value of the venture capitalist's claim may be bargained away once his initial investment is sunk. If to write extremely complex agreements at low cost were possible specifying the exact nature of any new funding or restructuring of finances for any possible contingency, there would be little problem. In reality this is not feasible so the actual financing package used will contain covenants and a mixture of financing instruments that attempt to minimize the potential for future conflict.

For instance, by holding debt rather than equity, the venture capitalist ensures that any marginal increases in the value of the firm above a certain level go almost entirely to the entrepreneur, so the incentive to effort is not diminished when things are going well. But when things are going badly, the largely external debt holding may reduce the incentive to the entrepreneur to such a low level that it is not worth him continuing even though this will result in a loss to the venture capitalist. Then it will pay the venture capitalist to restructure his claim on the company and inject new money if necessary. Unless the form of the restructuring has, been agreed at the time of the initial investment, however, there is a risk that the venture capitalist may have to give up a large part of his claim. There is little he can do about this risk when the adverse events have already occurred. He can avoid it, however, by not making an initial investment in projects where the potential for such conflict is great [4].

The fundamental cause of the problem is that the set of financing instruments available (ex.: debt, equity, warrants) is not sufficiently rich to ensure that the entrepreneur and the venture capitalist will have congruent interests in the fate of a project. The rejections of projects which were viable, but where no satisfactory financing package could be arranged, would not show up as an excess return to the venture capitalist, as long as the market for projects which can be financed satisfactorily is competitive. For those projects where a feasible financing package exists, competition among venture capitalists would bid away any excess returns to the supplier of capital.

Since it is in the best interests of venture capitalists to arrange financing for projects with a net present value greater than zero, if at all possible, whenever this does not occur it must be because the costs of actually making the contract satisfactory to both parties are too great. Once again, there seems little that could be done by a public agency which would face exactly the same problems, to correct this.

In fact, under reasonable assumptions about the financial characteristics of venture capital investment, a combination of debt and equity or debt and warrants held by the venture capitalist can be quite successful in overcoming some of the potential conflict caused by the use of debt or equity alone. For instance, consider the situation when all venture capital financing of an enterprise is in the form of debt. If the project does not do as well as expected, the value of the firm will fall until it is no greater than the value of the debt, so the entrepreneur's equity will be worthless. In such circumstances he may abandon the firm even though the venture capitalist would like him to continue, to try to salvage the value of the venture capitalist's investment.

Alternatively, an all-equity claim for the venture capitalist means that, the value of the venture capital investment is eroded if the project does not do well. Thus, the venture capitalist may decide to abandon the project, even when the entrepreneur wishes to continue.

Not only can the choice of financial structure help to avoid conflicting interests between the venture capitalist and the entrepreneur, it can also serve the purpose of screening projects at the time of the initial investment decision. Where a venture capitalist cannot distinguish between two projects, but knows that they may, in fact, be of very different qualities, known only to the respective entrepreneurs, the offer of debt financing can screen out the truly bad project. The entrepreneur with the good project will be willing to accept the debt, since he knows the likely outcomes for the project are returns high enough to pay off the debt and leave an adequate return for himself. The entrepreneur with the bad project will be unwilling to accept the financing package since, for him, the debt represents a much greater burden [5].

In general, the use of financial structure as an incentive in this way to avoid problems associated with the asymmetry of information possessed by the venture capitalist and the entrepreneur does not provide a cure for all problems of this type. With very complex contracts, the screening could be made complete, but the real world operates with a limited number of financial instruments. In cases where the projects are very similar, differing only in the true average rate of return they will provide, even these few financial instruments can be quite efficient in this type of screening.

External benefits to small business and regulations which impose high relative costs on small business provide reasons for concern that the supply of venture capital is not adequate. The more extreme view that, even apart from these two features, the venture capital market fails to function properly could be supported by arguments based upon information asymmetry, non-, marketability, or conflicts between external and internal investors in venture capital investment

Empirical evidence suggests that none of these potential restrictions on venture capital supply are operating in a way which generates excess returns on such investments. There is, however, a possibility that projects which have positive net values do not get funded because of problems in transmitting information and structuring external and internal financial claims on a project. With very complex financial agreements, many of these problems could be overcome. Such agreements do not exist because they would add other costs which would outweigh their benefits. Even the limited number of types of financial contract that are commonly used can reduce these problems considerably. Exactly the same problems could be faced by any venture capital investor, including a government agency. They are not problems that can be cured by such simple devices as tax incentives.

References

1. M.É. Beasley and R.T. Hamilton "An Investigation of the Institutional Venture and Development Capital Market in the UK". – London Business School, 2007.
2. Charles River Associates "An Analysis of Venture Capital Market Imperfections" National Bureau of Standards, 2009.
3. I, A, Cooper "A Model of Venture Capital investment" PhD Dissertation University of North Carolina 2010.
4. Cooper and W.T. Carleton "Venture Capital Investment" Paper presented to the American Finance Association, 2011.
5. Cooper and W. T. Carleton "Interaction in Venture Capital Investment" Paper presented to the American finance Association, 2012.

NEUER BAHNHOF IN STUTTGART: PROJEKT DER ZUKUNFT ODER GELD AUF DIE STRASSE

Marenkova E.V., studentin

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

Im Rahmen des Projekts «Tomsk-Stuttgart» realisiert sich der internationale Austausch zwischen Schülern und Studenten mit dem Ziel der Untersuchung des Begriffes «Zivilgesellschaft» schon nicht das erste Jahr. Die Projektteilnehmer sind Russisch-deutsches Haus (Tomsk, Russland) und IB-Bildungszentrum (Stuttgart, Deutschland). Während der Arbeit an diesem Projekt haben die Studierenden den Realisierungsmechanismus der Zivilgesellschaft zu betrachten, Für- und Gegenargumente festzustellen und ihre Besonderheiten in Russland und Deutschland zu vergleichen.

Die erste Etappe des Programms war der Besuch der deutschen Jugend unserer Stadt im Oktober 2012. Die Teilnehmer trafen sich mit den Vertretern der Liberal-Demokratischen Partei, Einigen Russlands, der Kommunistischen Partei und anderen Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens der Stadt.

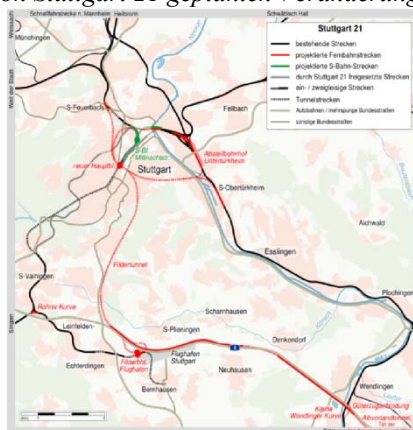
Im Dezember 2012 fuhren die Jugendlichen aus Tomsk in die Hauptstadt von Baden-Württemberg, um die Arbeit am Projekt fortzusetzen. Die wurde in vier Themenbereiche geteilt: der erste - Wahlen, der zweite - die Probleme des Nationalismus, der dritte - das Internet als Quelle von Informationen und der vierte - Projekt «Stuttgart 21». Das besondere Interesse hat bei uns das letzte Thema hervorgerufen.

«Stuttgart 21» ist ein Projekt der Umstrukturierung des Hauptbahnhofs Stuttgart in einen durchgehenden Untergrundbahnhof. Die Arbeiten begannen am 2. Februar 2010 und sollen voraussichtlich im Dezember 2019 abgeschlossen werden. Der Wertpreis des Projekts wird auf 4,1 Milliarden Euro (Stand: Dezember 2009) geschätzt.

Der Endbahnhof mit 17 Gleisen sollte durch einen unterirdischen Durchgangsbahnhof mit 8 Gleisen ersetzt und im Vergleich zum vorhandenen um 90° gedreht werden. Dabei sollte die darunter liegende U-Bahn nicht berührt werden. Die Station wird durch vier unterirdische Doppelgleise mit Feuerbach und Bad Cannstatt im Westen und mit Ober-/Untertürkheim und dem Flughafen verbunden werden. Es wurde auch geplant, eine Station in der Nähe des Flughafens und eine Abstellhalle in Untertürkheim zu bauen. Eine neue U-Bahn-Station «Mittnachtstraße» ist auch vorgesehen. Auf den von der Eisenbahn befreiten Stellen sollen neue Stadtbezirke entstehen [1].

Bild 1

Überblick der im Zuge von Stuttgart 21 geplanten Veränderungen an Bahnanlagen [2]



Das Projekt rief sofort große Empörung von den Grünen und einigen Bewohnern der Stadt hervor. Die Menschen waren damit unzufrieden, dass die Bäume abgeholzt werden und der Bahnhof unter die Erde übergetragen wird. Sie erklären, dass es gegen die Natur ist und die Gefahr mitbringt, weil es das Grundwasser berührt.

Allerdings versicherte die Regierung die Bürger, dass dieses Projekt keine globale Gefahr bringt, sondern im Gegenteil - es reduziert die Transferzeit von Passagieren, entlastet die Straßen und gibt Impulse für die Stadtentwicklung, denn die U-Bahn wird international.

Diese friedliche Konfrontation dauerte aber nicht lange. Die Verschlimmerung begann am 30. September, als die Polizei friedliche Bürger hart (mit dem Einsatz vom Tränengas, Wasserwerfern und Polizeiknüppeln) zerstreute. Die Bürger versammelten sich im Schlosspark, um Abholz der alten Bäume an der Stelle des künftigen Bahnhofs zu verhindern. Das Ereignis verursachte einen echten Schock. Als Antwort darauf folgen die Massendemonstrationen [3].

In diesem Zusammenhang sehen wir, dass es nicht besonders leicht ist, einen Konsens zwischen Staat und Gesellschaft zu finden. Aber als der Staat über Zivilgesellschaft erklärt, dann braucht man diesen Konsens zu finden. Solche Beispiele können Referendum oder Verhandlungen sein.

Dieses Projekt hat seine Vor- und Nachteile. Um diese Situation besser zu verstehen, machen wir eine vergleichende Analyse:

Vorteile und Nachteile des Projekts «Stuttgart 21»

Vorteile	Nachteile
Eisenbahngleisen werden entlastet	Bäumen werden abgeholzt
Passagierentransfer wird beschleunigt	Bahnhof wird unterirdisch gebaut
Stadt bekommt neuen Status	Finanzkosten und Bauzeit werden erhöht
Neuer Wohnraum wird gebaut	

Es scheint, dass es mehrere Vorteile als Nachteile gibt. Als wir aber den Wert von diesen Kriterien vergleichen, dann gibt es was nachzudenken. Die Zeit, die wegen dieses Umbaus gespart wird, beträgt etwa 2-3 Minuten. Das ist aber eine Streitfrage, ob diese Minuten den Projektkosten (Finanzmitteln, abgeholzten Bäumen und zerstörten Gebäuden) entsprechen.

Zurzeit ist nur der erste Bahnhofszweig gebaut und bis heute war der Bau gestoppt. Aber neulich wurde man entschieden, den Bau fortzusetzen. Der Aufsichtsrat Deutsche Bahn gab das Einverständnis von Finanziervergrößerung auf zwei Milliarden Euro, was beträgt heute schon 6,5 Milliarden Euro. Aber diese Zahl kann weiter wachsen und der nächsten Zukunft wird das Projekt 6,8 Milliarden Euro kosten. Es ist auch wichtig zu erwähnen, dass ursprünglich die Projektsumme etwa 2,3 Milliarden Euro war. Dann erhöhte diese Zahl bis 4,5 und jetzt bis 6,8. Und jedoch können wir nicht 100 % sagen, dass es zusammenfassende Summe ist.

Literatur

1. Stuttgart 21 // Wikipedia – Die freie Enzyklopädie. – URL: http://www.bahnprojekt-stuttgart-uhl.de/http://de.wikipedia.org/wiki/Stuttgart_21 (дата обращения: 18.03.2012).
2. Stuttgart 21 // Lenta.ru – Nachrichtenband. – URL: <http://lenta.ru/articles/2010/10/06/bahnhof> (дата обращения: 19.03.2013).
3. К. Jähne. Karte Stuttgart 21 aussen Kartenwerkstatt. 01.05.2008. – URL: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Karte_Stuttgart_21_aussen_Kartenwerkstatt.png (дата обращения: 22.03.2013).

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА»

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ВЫСТАВКИ – ЯРМАРКИ (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТАВКИ «ОТ ПОКАЯНИЯ К ВОСКРЕСЕНИЮ РОССИИ»)	
<i>Баранова А.С.</i>	3
СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ К РЕКЛАМНОМУ СООБЩЕНИЮ	
<i>Батуева С.Д., Николенко Д.П., Кондрасюк В.А.</i>	5
АКТУАЛЬНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПАБЛИСИТИ	
<i>Белякова А.С.</i>	7
МАЛОБЮДЖЕТНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ: ПОНЯТИЕ И ТЕХНОЛОГИИ	
<i>Быкова Д.А.</i>	8
НЕТРАДИЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕКЛАМЕ	
<i>Дудникова А.В.</i>	11
АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТА «ОШИБКА 404»	
<i>Дырина Е. Н.</i>	12
СТАНОВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГА	
<i>Дырина Е.Н.</i>	14
ЗНАЧЕНИЕ PR КОМПАНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	
<i>Каменская К.Ю.</i>	16
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СИБИРИ	
<i>Кияметдинова Н.И.</i>	18
МИМИКРИРУЮЩИЕ БРЕНДЫ	
<i>Любавина А.Г.</i>	20
ТЕХНОЛОГИИ ПРВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ И PR-КАМПАНИЙ	
<i>Мирзоева С.С.</i>	22
ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ОПЫТА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА «ЯД ВАШЕМ»)	
<i>Ройз Е.Е.</i>	23
EUPHEMISMS IN ADVERTISING COMMUNICATION	
<i>Artyushenko A.S.</i>	26
PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTERNET-ADVERTISING IN RUSSIA AND ABROAD	
<i>Varanova A.S.</i>	27
PUBLICITY IN THE RUSSIAN REALITY	
<i>Belyakova A.S.</i>	29
PR ANALYSIS OF THE COMPANY AS AN EXAMPLE OF «STAR TRAVEL»	
<i>Dunaeva N.V.</i>	30
SPORTS MARKETING	
<i>Eryomkina O.V., Volkova N.V.</i>	31
INTERACTIVE ADVERTISING	
<i>Ivanova A.S., Kazakova I.O.</i>	33
ADVERTISEMENT EVOLUTION OF PEPSI CORPORATION	
<i>Kozlikina J., Parchagina K.</i>	35
DEVELOPMENT OF OUTDOOR ADVERTISING MARKET IN RUSSIAN FEDERATION IN 2012-2013	
<i>Kozmina X.G.</i>	37
SOCIAL MARKETING	
<i>Kurbatova T.E.</i>	39

RADIO ADVERTISEMENT	
<i>Lipatova A.V.</i>	40
PRODUCT PLACEMENT AS EFFECTIVE TYPE OF MARKETING	
<i>Makarenko V.A.</i>	41
THE EFFECTIVENESS OF INTERNET ADVERTISING	
<i>Nazarenko E.A.</i>	42
THE ROLE OF ADVERTISING IN SOCIAL ISSUES	
<i>Starodubova E.V.</i>	44
PUBLIC RELATION IMPACT ON THE EMOTIONAL LEVEL	
<i>Sychevskaya A.O.</i>	47

СЕКЦИЯ 2. «СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И ТУРИЗМ»

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ТРЕНД В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ	
<i>Гутова Т.А.</i>	49
СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТУРФИРМЕ	
<i>До Тхй Хань</i>	51
ПРОДВИЖЕНИЕ ГОРОДСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДИНГА МЕСТ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТОМСКА)	
<i>Кудашева Л.О.</i>	53
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕШЕСТВИЙ	
<i>Кутенова Г.Н.</i>	56
ЭКО-МЕНЕДЖМЕНТ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «БАЯНГОЛ», МОНГОЛИЯ)	
<i>Мунхтогтох Дулгуун</i>	59
КОММУНИКАЦИОННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЛОГОТИПА	
<i>Никитина С.С., Дегтярев К.О.</i>	63
ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	
<i>Николашин В.Н.</i>	65
СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПОНЯТИЯ «КЛАСТЕР»	
<i>Петрова Д.А.</i>	68
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ	
<i>Прилепских Е.А.</i>	70
РАЗРАБОТКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ «УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ» КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЙ КОМПОНЕНТЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИН ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ	
<i>Санфирова О.В.</i>	73
ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ	
<i>Седельникова И.В.</i>	77
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОРАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛЯЦИИ ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	
<i>Скворцова В.Н.</i>	79
ФЕНОМЕН НОВЫХ РЕЛИГИЙ ВЬЕТНАМА В ЗЕРКАЛЕ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА	
<i>Тихонова Г.Ю., До Тхи Хань, Нгуен Зиеу Линь</i>	82

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СПОРТИВНО-ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА	
<i>Фалеев Д.А.</i>	85
РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В РОССИИ С ПОМОЩЬЮ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И РЫНОЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕГУЛЯТОРОВ	
<i>Хабибуллин Д.Р.</i>	87
УЧЕБНАЯ МИГРАЦИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПОДХОД В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ ВУЗОВ	
<i>Шпем Е.Н.</i>	88
РОЛЬ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА В СТАНОВЛЕНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА	
<i>Шушунова М.А.</i>	89
THE UNDERSTANDING OF VOLUNTEER TOURISM	
<i>Arbizova K.I.</i>	91
THE „ALTMARK“ AS A LOW DEVELOPED TOURISTIC REGION IN GERMANY	
<i>Caroline Prange</i>	92
TOURISM IN THE PRIGNITZ – AN EASTERN GERMAN REGION	
<i>Eilyne Pasche</i>	93
PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF ETHNOGRAPHIC AND RURAL TOURISM IN RUSSIA	
<i>Nikitina S.S.</i>	94
TOURISMUS IN DEUTSCHLAND	
<i>Karpova K.A., Tarasova L.V.</i>	96
INNOVATIVE FORMEN DES TOURISMUS	
<i>Kolodiy N.A., Metalnikowa N.S.</i>	97

СЕКЦИЯ 3. «ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ЭПОХУ НОВОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ»

ВЛАСТЬ И БИЗНЕС РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	
<i>Антонова З.Г., Лившиц В.И.</i>	101
ПРИНЦИП РАВЕНСТВА В ПРАВОВОМ ОБЩЕСТВЕ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	
<i>Бодылевский В.С.</i>	103
ЗНАНИЕ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ ВЛАСТИ	
<i>Бодылевский В.С., Сайфутдинов Р.А.</i>	105
ВЛАСТЬ И ВЛИЯНИЕ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА: ВИДЫ И СВОЙСТВА	
<i>Вагина Л.В.</i>	106
ПЕРСПЕКТИВЫ ПОСТРОЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ	
<i>Власова С.А.</i>	108
ПРАВОВЫЕ ИННОВАЦИИ ПЕРЕХОДНОГО ВРЕМЕНИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	
<i>Власова С.А., Качалкова С.С.</i>	113
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА МОНГОЛИИ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ	
<i>Ганбаатар Тунгалаг, Попова Л.Л.</i>	115
ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ	
<i>Денисюк А.С.</i>	117
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ДОКУМЕНТАМИ В РОССИИ С УЧЕТОМ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА	
<i>Дулевич М.И.</i>	119

ПРАВО КАК НОРМАТИВНАЯ ФОРМА ВЫРАЖЕНИЯ РАВЕНСТВА <i>Журавлева А.М., Журавлев П.С.</i>	122
РОЛЬ ДЕМОКРАТИИ В ПРАВОВОМ ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ <i>Зембицкий М.Д., Ализаде Ш.</i>	125
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЗДАНИЯ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ <i>Исакова Т.И.</i>	126
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА <i>Казанцев В., Петрова Е.</i>	128
ФЕНОМЕН МАКРО - И МИКРОСОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА <i>Карнаухова Н. А.</i>	131
ПРАКТИКА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ОБЛАСТИ ПРИВАТИЗАЦИИ <i>Кацавцева Н.А.</i>	134
ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ФЛЕШМОБИНГА <i>Козлова А.С.</i>	136
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ДРУГИЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОГО САМООБРАЗОВАНИЯ <i>Косарева Е.Ю.</i>	139
ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ <i>Литвинова Е.Г.</i>	142
«ТРАНСРЫНОЧНАЯ» ЦИВИЛИЗАЦИЯ И ПРОБЛЕМА ВЛАСТИ <i>Литвинова Е.Г., Сайфутдинов Р.А.</i>	149
ПРАВО И ЕГО РОЛЬ В ЦИВИЛИЗАЦИИ И КУЛЬТУРЕ <i>Лоншакова С.А.</i>	150
ВЫПУСКНИКИ И ВОСПИТАННИКИ ДЕТСКИХ ДОМОВ КАК ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ. <i>Попова А.И.</i>	151
КАЧЕСТВЕННОЕ ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МОДЕРНИЗАЦИИ: ТОМСКАЯ МОДЕЛЬ <i>Попова Л.Л.</i>	152
ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА <i>Ракитина М.И.</i>	155
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ КАК ОДИН ИЗ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ <i>Синченко К.О.</i>	158
ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ <i>Турунова О.В.</i>	159
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Усова А.А.</i>	161
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ТРУДА <i>Хоменко И.С.</i>	162
СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ СУБЪЕКТ ОКАЗАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ <i>Челпанов Ю.С., Неупокоева Г.С., Попова А.И.</i>	164
ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ПРАВОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЧЕРЕЗ ВВЕДЕНИЕ В ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ НА НАЧАЛЬНЫХ ЭТАПАХ НОРМ ПРАВА С ЦЕЛЬЮ СНЯТИЯ В ОБЩЕСТВЕ ПРАВОВОГО ОТЧУЖДЕНИЯ <i>Черняева Е. Е.</i>	166

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ ГЕРМАНИИ «MEETING & EVENTBAROMETER» И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДАННОГО ФОРМАТА ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА <i>Чибир Е.В.</i>	168
ПРАВОВОЙ СТАТУС ГЛАВЫ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 1990-Х–2000-Х ГГ. <i>Ширко Т.И.</i>	170

СЕКЦИЯ 4. «ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА»

ПРИЧИНЫ, ЭТАПЫ, ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА <i>Бунецкая Д.Н.</i>	174
ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРИНЯТИЕМ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ ПО КЛАССИФИКАЦИИ ТОВАРОВ (СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА) <i>Воронова Е.В.</i>	176
РОССИЯ И ОБЪЕДИНЕННАЯ ЕВРОПА: НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА <i>Вухрер М.Р.</i>	178
УЧАСТИЕ РОССИИ В РЕШЕНИИ КОНФЛИКТНЫХ ПРОБЛЕМ В ЗОНЕ КОНТИНЕНТАЛЬНОГО ШЕЛЬФА <i>Глазунова А.И.</i>	180
РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ТАМОЖЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА <i>Гущина И.Е.</i>	182
ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ МОНГОЛИИ И РОССИИ <i>Дамдинпурев Хонхонцецег.</i>	184
ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ ЭЛЕМЕНТОВ АВТОМАТИЗАЦИИ РАСПОЗНАВАНИЯ ОБРАЗОВ ПРИ НЕИНТРУЗИВНОМ КОНТРОЛЕ КРУПНОГАБАРИТНЫХ ГРУЗОВ <i>Даниличев А.В.</i>	186
ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ПЕРЕМЕЩЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ТС <i>Ефремова Е.В.</i>	188
АТОМНАЯ ЭНЕРГЕТИКА МИРА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ <i>Иванисенко Е.С.</i>	191
ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ГАРМОНИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ОПИСАНИЯ И КОДИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СТРАНЫ США <i>Капичникова Е.В.</i>	193
ПРИМЕНЕНИЕ ТОВАРНОЙ НОМЕНКЛАТУРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ТАМОЖЕННОМ ОФОРМЛЕНИИ И ТАМОЖЕННОМ КОНТРОЛЕ <i>Кирпичёва Я.Е.</i>	195
ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОГО МИРА: ИСЛАМСКИЙ ТЕРРОРИЗМ <i>Макаренко Ю.И.</i>	197
ПРОТЕКЦИОНИЗМ И ЛИБЕРАЛИЗМ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ <i>Миронова М.С.</i>	199

XXII ОЛИМПИСЬКИС ЗИСИИИС ИГРИ И XI ПАРАЛИМПИСЬКИС ЗИСИИИС ИГРИ 2014 ГОДА В ГОРОДЕ СОЧИ: ОСОБЕННОСТИ ТАМОЖЕННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ	
<i>Окушко К.В.</i>	201
ЗАЩИТНЫЕ МЕРЫ СТРАН–УЧАСТНИЦ ВТО В СИСТЕМЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	
<i>Очирова А.К.</i>	203
ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ, ДОПУСКАЕМЫЕ ПРИ КЛАССИФИКАЦИИ ТОВАРОВ В СООТВЕТСТВИИ С ТН ВЭД И ИХ ВЫЯВЛЕНИЕ	
<i>Перескокова К.В.</i>	204
МЕСТО РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТРУДА	
<i>Садырева В.М.</i>	205
СОВРЕМЕННАЯ АМЕРИКАНСКАЯ ГЕОПОЛИТИКА (ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЙ С. ХАНТИНГТОНА)	
<i>Семенова О.К.</i>	207
ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ТОВАРНОЙ НОМЕНКЛАТУРЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА	
<i>Ушакова Н.В.</i>	209
ECONOMIC RELATIONS OF RUSSIA AND UKRAINE. GAS WAR.	
<i>Bunetskaya D.N., Shabanova T.A.</i>	211
THE ROLE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN THE GLOBAL MARKET	
<i>Kustov A.D.</i>	214
FOREIGN TRADE RELATIONS OF RUSSIA AND CUBA AT THE PAST AND NOWADAYS	
<i>Mironova M.S., Serichenko P.V.</i>	216
DIE AUFGABEN DES ZOLLS	
<i>Ichenko A.A., Tarasova L.V.</i>	218
STRUKTUR UND AUFGABEN DES DEUTSCHEN ZOLLS	
<i>Otschirova A.K.</i>	220

СЕКЦИЯ 5. «УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»

ПРОТЕСТАНТИЗМ КАК РЕЛИГИОЗНЫЙ МОТИВАТОР ПЕРСОНАЛА	
<i>Аристов П.А.</i>	222
«УТЕЧКА УМОВ» – РАЗНОВИДНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ МИГРАЦИИ	
<i>Беликова А.С.</i>	224
ПРОБЛЕМА ИНОСТРАННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РОССИИ	
<i>Ботова А.А.</i>	225
ПРОБЛЕМА КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	
<i>Вахрушев И.В.</i>	227
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ	
<i>Голубева Е.В.</i>	228
КРЕАТИВНОСТЬ КАК КРИТЕРИЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА МЕНЕДЖЕРА	
<i>Горбунов В.А., Шиканов Л.А.</i>	230
ПОТЕРЯ НАСЕЛЕНИЯ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА В МИГРАЦИОННОМ ОБМЕНЕ МЕЖДУ РЕГИОНАМИ	
<i>Гурбан А.Д., Чойдонов Б.Р.</i>	232
АНАЛИЗ ПРОЦЕССА МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	

<i>Давыдова А.Е.</i>	234
НЕЛЕГАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В РОССИИ	
<i>Дьяченко Ю.И.</i>	236
ПИРАМИДА МАСЛОУ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ: ЕЕ РЕЛИГИОЗНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ	
<i>Желтухина М.О.</i>	238
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ КОЛЛЕКТИВНОЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
<i>Ивашиков Д.В.</i>	239
КОНФЛИКТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК НОРМА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	
<i>Каменская К.Ю.</i>	241
МОТИВАЦИЯ РЕЛИГИОЗНОЙ ВЕРЫ	
<i>Климюк Е.Ю.</i>	243
ИНТЕРНЕТ-ПИРАТСТВО В РОССИИ	
<i>Котова К.В.</i>	244
РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ	
<i>Кривченко К.М.</i>	246
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КРИЗИС. ОСНОВНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ	
<i>Кудрявцева</i>	
<i>А.Ф.</i>	249
ПРОЦЕСС РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ	
<i>Кудрявцева А.Ф., Дубинец Ю.В.</i>	250
РОЛЬ РЕЛИГИОЗНОГО ОПЫТА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА	
<i>Куриц В.В.</i>	251
ИММИГРАНТЫ В РОССИИ. МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ	
<i>Лаврентьев М.В., Саврасова Д.Д.</i>	253
МИР, КАКИМ МЫ ЕГО ЗНАЛИ, ПРИХОДИТ К КОНЦУ	
<i>Лавриненко Д.И.</i>	254
ПСИХОЛОГИЯ ОБРЯДОВ И КУЛЬТОВЫХ ДЕЙСТВИЙ	
<i>Лютъко Ю.Н.</i>	256
ПРОБЛЕМЫ ГРУППОВОЙ СПЛОЧЕННОСТИ КОЛЛЕКТИВА	
<i>Макарова М.Э.</i>	257
МОЛИТВА, КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧЕЛОВЕКА (ПЕРСОНАЛ)	
<i>Новикова Д.О.</i>	259
ПРОБЛЕМЫ УТЕЧКИ УМОВ ИЗ РОССИИ	
<i>Осинский Р.Ю.</i>	261
МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ	
<i>Очеретин К.Г.</i>	262
РЕЛИГИЯ И КАРЬЕРА: СОВМЕСТИТЬ НЕСОВМЕСТИМОЕ	
<i>Павлова Д.И.</i>	264
СРЕДОВОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА. ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ МОНТЕССОРИ И ВАЛЬДОРФА В БИЗНЕС- ОРГАНИЗАЦИЯХ	
<i>Плуталова А.В.</i>	265
УТЕЧКА МОЗГОВ ИЗ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	
<i>Почекутова О.В.</i>	267
«ПСИХОЛОГИЯ САМОСТИ» Э.ЭРИКСОНА И ЛОГОТЕРАПИЯ В.ФРАНКЛА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ	
<i>Прозорова О.Н.</i>	269
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА: МОБИЛЬНЫЙ РЕКРУТИНГ И РЕКРУТИНГ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	

<i>Рябова А.В.</i>	271
СТАНЦИЯ ПРИБЫТИЯ (ВНУТРЕННЯЯ МИГРАЦИЯ РОССИИ И ЕЕ ПОСЛЕДСТВИЯ)	
<i>Савельева Е.Д.</i>	273
ПОощРЕНИЕ ИЛИ НАКАЗАНИЕ: ЛУЧШИЙ СПОСОБ МОТИВАЦИИ	
<i>Савченко И.И.</i>	275
ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ	
<i>Скиданенко А.Е.</i>	277
ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МНОГОКОНФЕССИОНАЛЬНЫМ КОЛЛЕКТИВОМ	
<i>Снитко М.Е.</i>	279
СВЕРХСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА. РАЗНООБРАЗИЕ ПОДХОДОВ: НАУЧНЫЙ, РЕЛИГИОЗНЫЙ, МАГИЧЕСКИЙ	
<i>Усолкина А.О.</i>	281
МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	
<i>Хаустова А.А.</i>	283
СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ	
<i>Хорева В.О.</i>	284
ЖЕНСКАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ	
<i>Черняева В.Н.</i>	286
НЕВРОЗ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА (З. ФРЕЙД, К. ЮНГ)	
<i>Черняева В.Н.</i>	287
ПРОБЛЕМЫ ПОИСКА ПЕРСПЕКТИВНЫХ СОТРУДНИКОВ: ТОТАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА	
<i>Шекова П.Ю., Лоскутова С.А.</i>	289
РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ КАК ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНОГО СЛУЖЕНИЯ	
<i>Яковлева Л.В.</i>	291
COMMUNICATION IN THE ORGANISATION	
<i>Кlityuk E.</i>	292
MANAGEMENT GENDER: THE GROWING ROLE OF WOMEN IN BUSINESS	
<i>Makarova M.A., Sysoeva E.O.</i>	294
SCIENTIFIC MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON MODERN BUSINESS	
<i>Maremyanina M.I.</i>	295
INNOVATIVE RECRUITMENT AS A MEANS OF JOB SEARCH	
<i>Chaplinskaya Y.I.</i>	297

СЕКЦИЯ 6. «РЕГИОНОВЕДЕНИЕ»

ТРЕТИЙ КИМ – КТО ОН И ЧТО ОТ НЕГО ЖДАТЬ?	
<i>Алатарцева Н.Л., Сосковец Л.И.</i>	299
ВЛИЯНИЕ КОЛОНИАЛИЗМА НА РАЗВИТИЕ КОЛОНИАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВ В ИСТОРИОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ	
<i>Андреев Д.И.</i>	301
РОЛЬ СЭЗ ДЖУРОНГ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ СИНГАПУРА	
<i>Андреев Д.И.</i>	304
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЯПОНСКОЙ МОЛОДЕЖИ	

Багалея М.В.	307
ФЕНОМЕН «СЫНОВНЕЙ ПОЧТИТЕЛЬНОСТИ» В КОНТЕКСТЕ ТРАДИЦИОННОЙ КОРЕЙСКОЙ СЕМЬИ	
Бочарникова М.В.	309
НИНДЗЯ: МИФ И РЕАЛЬНОСТЬ	
Елкин М.Е.	311
ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ ТЕХНОПОЛИСОВ В ЯПОНИИ	
Исаева Н.В.	314
КАТЕГОРИИ РУДОПЕРЕВОЗЧИКОВ НА БАРНАУЛЬСКИЙ СЕРЕБРОПЛАВИЛЬНЫЙ ЗАВОД В НАЧАЛЕ 1780-Х ГГ.	
Кароннов В.А.	316
НЕКОТОРЫЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ	
Киреева А.А., Басова А.С.	317
ЭРОЗИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В КИТАЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПОЛИТИКИ ОГРАНИЧЕНИЯ РОЖДАЕМОСТИ	
Ковалёва К.А.	320
КУЛЬТОВАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПРАКТИКА ТРАДИЦИОННЫХ РЕЛИГИЙ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ	
Кругликова М.Е.	321
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВСЕКИТАЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЖЕНЩИН ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ЖЕНЩИН И ДЕТЕЙ	
Кузнецова А.А.	324
ТРАДИЦИОННЫЕ КОРНИ АВТОРИТАРИЗМА В КНДР	
Ланговая Е.В.	326
РОССИЯ И ЯПОНИЯ: ВЗГЛЯД С ВОСТОКА	
Лобажевич А.Ю.	328
НЕКОТОРЫЕ ИТОГИ XVIII СЪЕЗДА КПК	
Маненко М.А., Сосковец Л.И.	331
ЗАКОН КАК СПОСОБ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ	
Минасян С.П.	333
ДЕТСКИЕ ПРАЗДНИКИ У ЯПОНЦЕВ	
Нгуен Тхи Хуен Чанг.	335
ОСОБЕННОСТИ ПРАЗДНОВАНИЯ НОВОГО ГОДА У КОРЕЙЦЕВ	
Нгуен Тхань Хао.	336
РОЛЬ ТЕХНОПОЛИСОВ В РАЗВИТИИ ЯПОНИИ	
Николаева А.М.	338
ХУННУ И КИТАЙ. ПРОБЛЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭТНОСОВ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ЛЬВА НИКОЛАЕВИЧА ГУМИЛЕВА	
Сметанникова Т.И.	340
КОНЦЕПТ «РАЗВИТИЕ» В КИТАЙСКОМ ТРАДИЦИОННОМ СОЗНАНИИ	
Сущенко О.А.	342
ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНЫХ СТРАН И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ УРБАНИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ШАНХАЯ	
Тюрина А.А.	343
СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ РАЙОНА «ПУДУН» – КРУПНЕЙШИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ И ТОРГОВО-ФИНАНСОВЫЙ ЦЕНТР КИТАЯ	
Тюрина А.А.	347
СРАВНЕНИЕ КУЛЬТУР КИТАЯ И ВЬЕТНАМА	
Чан Нгуен Лонг, Ву Тхуи Нган.	349

К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ И ПОСЛЕДСТВИЯХ КОЛОНИЗАЦИИ БРИТАНИИ В ГОНКОНГЕ	
<i>Шипицына В.С.</i>	350
ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО РЕГИОНОВЕДЕНИЯ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА	
<i>Штанько М.А.</i> 353	
ЯПОНСКАЯ ТРАДИЦИОННАЯ ЭСТЕТИКА КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ВЗГЛЯДА НА МИР	
<i>Юшкова Ю.В.</i>	355
WAYS TO ADDRESS THE IMMIGRATION PROBLEMS ON THE EXAMPLE OF SOUTH KOREA	
<i>Kalinina I.G.</i>	358
THE CONCEPT OF YIN - YANG IN TRADITIONAL CHINESE MEDICINE	
<i>Kireeva A.A., Tiurina A. A., Shipitsyna V.S.</i>	360
COOPERATION OF THE ALL-CHINA WOMEN'S FEDERATION WITH REGIONAL AND INTERNATIONAL ORGANISATIONS FOR GENDER POLICY AND CHILD RIGHTS	
<i>Kuznetsova A.A.</i>	361
TEA THROUGHOUT THE WORLD	
<i>Marinich N.Y., Sadykova V.V.</i>	364
IS KNOWLEDGE OF THE CHINESE LANGUAGE NECESSARY FOR RUSSIAN REGIONAL EXPERTS?	
<i>Smetannikova T.I.</i>	367

СЕКЦИЯ 7. «ФИЛОСОФИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И АРХИВ: РОЛЬ ФИЛОСОФСКОГО ПОДХОДА	
<i>Ардашкина О.М.</i>	370
НАУКА ГЕОЛОГИЯ КАК СИНТЕЗ ФИЛОСОФСКОГО И ГЕОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ	
<i>Берко В.Ю.</i>	372
КОНЦЕПТООБРАЗУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ АКАДЕМИЧЕСКОГО ИННОВАЦИОННОГО УНИВЕРСИТЕТА	
<i>Брылина И.В.</i>	373
ПОЛИТИЧЕСКОЕ ОТЧУЖДЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРА	
<i>Вторушин Н.А.</i>	376
ПРОБЛЕМА ТИПОЛОГИЗАЦИИ ФЕНОМЕНА ОТЧУЖДЕНИЯ	
<i>Вторушин Н.А.</i>	378
ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЕ ИНТЕНЦИИ НЕКЛАССИЧЕСКОЙ ОНТОЛОГИЧЕСКОЙ ЭСТЕТИКИ	
<i>Думинская М.В.</i>	376
УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ	
<i>Карташова А.А.</i>	384
ФИЛОСОФИЯ В НАНОТЕХНОЛОГИЯХ	
<i>Ключникова Ю.О.</i>	387
ТРАДИЦИОННАЯ КИТАЙСКАЯ ФИЛОСОФИЯ И ТРУДОВАЯ ЭТИКА КИТАЙЦЕВ	
<i>Сущенко О.А., Николаев Ю.Ю., Коновалов П.И.</i>	390

АДАПТАЦИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ К РЕАЛИЯМ МАЛОГО БИЗНЕСА	
<i>Корниенко Ан.А.</i>	392
БИОЭТИКА: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОСТИ	
<i>Кузьмина А.В.</i>	395
ЦЕННОСТЬ ЕСТЕСТВЕННОГО ПРАВА КАК ФЕНОМЕНА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И ОБЩЕСТВЕННОГО БЫТИЯ	
<i>Миллер В.И.</i>	397
КОНСТРУИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА БУДУЩЕГО	
<i>Налетова А.И.</i>	400
ЗНАЧИМОСТЬ ИСТОРИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА	
<i>Образцов А.Е.</i>	402
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА С ПРИМЕНЕНИЕМ ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОГО МЕТОДА	
<i>Панькова Н.М.</i>	404
КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ В СВЕТЕ ЛОГИКИ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ	
<i>Плотников Ю.С.</i>	406
ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ (PBL) – ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	
<i>Родионова Е.В., Агранович В.Б., Карлова Л.В.</i>	408
В. ФРАНКЛ О ПОИСКЕ СМЫСЛА СУЩЕСТВОВАНИЯ	
<i>Семенова А.О.</i>	410
ЧТО ТАКОЕ ДУША? К ЧЕМУ НАС ПРИВЕЛИ ДРЕВНИЕ ФИЛОСОФЫ?	
<i>Синельникова М.В., Привар О.Д.</i>	411
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ ИЗ РОССИИ	
<i>Соколов В.Ю.</i>	413
ИГРА КАК МЕДИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН ПОСТМОДЕРНА	
<i>Темников М.Ю.</i>	414
РОЛЬ РЕЛИГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	
<i>Тропынина А.В.</i>	416
ТРАНСФОРМАЦИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВАНИЙ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ	
<i>Черепанова М.В.</i>	417
ФИЛОСОФСКИЙ ПОРТРЕТ УЧЕНОГО, СПОСОБНОГО ИЗМЕНИТЬ МИР НАУКИ	
<i>Чубаров Д.Л., Бондаренко В.В.</i>	419
УЧЕНИЕ О ЛОГОСЕ ГЕРАКЛИТА И ЕГО ТЕМАТИЗАЦИЯ В РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ НАЧАЛА XX ВЕКА	
<i>Шамина А.В.</i>	421
ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНОВЕДЕНИЯ КАК СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ	
<i>Штанько М.А.</i>	423

СЕКЦИЯ 8. «ЭКОНОМИКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА В ЭКОНОМИКЕ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ <i>Акельев Е.С.</i>	426
МЕХАНИЗМ СОГЛАСОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА И КРУПНОГО КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА РОССИИ <i>Антонова З.Г., Лившиц В.И.</i>	427
БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПРИНЦИПЫ <i>Арыбашева Л.Б.</i>	429
АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В РФ <i>Барашков А.Н.</i>	432
ФАНДРАЙЗИНГ В СТРАТЕГИИ КОРПОРАЦИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ <i>Бахчиев Г.А.</i>	434
РОЛЬ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ <i>Богданова В.Е.</i>	436
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Бушуева М.А.</i>	439
ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ <i>Воскресенская Е.В.</i>	441
ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА ВО ВЬЕТНАМЕ <i>Ву Тхуи Нган</i>	444
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕХОДА НА ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ СВЕТА (СВЕТОДИОДЫ) НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Вуец Т.Р.</i>	446
ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Головченко Г.Я.</i>	449
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ТОМСКА <i>Ефремова Е.В.</i>	451
ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ <i>Желбунова Л.И.</i>	453
ВСТУПЛЕНИЕ РОССИИ В ВТО: ПРОБЛЕМЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ <i>Загребельная А.В.</i>	455
РАЗВИТИЕ ТЕПЛИЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ <i>Зарькова Н.А.</i>	456
КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК НА БАЗЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ТОМСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА <i>Иванова В.М.</i>	462
ФЕНОМЕН «ФИНАНСОВОЙ ПИРАМИДЫ» В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ <i>Кашанова Э.Р.</i>	464
СОЗДАНИЕ И НАЧАЛЬНЫЙ ЭТАП ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКОГО ТИПА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.	

<i>Данилкина А.А., Ким Л.О.</i>	465
РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	
<i>Климова В.С.</i>	469
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ РОССИИ И ПОЛЬШИ	
<i>Козлова А.М.</i>	471
РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РАЗВИТИИ БИЗНЕСА	
<i>Колодная И.И.</i>	474
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА	
<i>Коптелова Е.С.</i>	477
ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ИННОВАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖОМ	
<i>Королева Н.А.</i>	479
ПРОГРЕССИВНАЯ ШКАЛА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК СТАБИЛИЗАТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА НАСЕЛЕНИЯ	
<i>Косарева Е.Ю.</i>	481
ТНК В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ	
<i>Кузнецова Е.И.</i>	483
ХАРАКТЕРИСТИКА БЕДНОСТИ В РОССИИ	
<i>Ли Дэи, Спесивцева А.Л.</i>	485
СПЕЦИФИКА РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДОЛЖНОСТИ ЭКОНОМИСТА	
<i>Лушина Т.Э.</i>	488
ПРОБЛЕМЫ ФИРМЫ КАК РЕЗИДЕНТА ОЭЗ ТВТ (ТВЗ)	
<i>Лычагина М.С.</i>	489
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ: ТРУДНОСТИ И РЕШЕНИЯ	
<i>Любавина А.Г.</i>	492
МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ: ЭЛЕМЕНТЫ, УСЛОВИЯ, ОСОБЕННОСТИ	
<i>Макаров С.В.</i>	494
ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС В РОССИИ	
<i>Мишина Р.И.</i>	496
ФОРМЫ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
<i>Морозова Е.В.</i>	499
НЕОБХОДИМОСТЬ УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ В ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯХ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В «СТРАТЕГИИ-2020»	
<i>Муравьева А.А.</i>	500
ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ	
<i>Обложин С.Ю.</i>	502
ЧЕШСКИЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ КАК ПРИМЕР ДЛЯ РОССИИ	
<i>Петлина А.А.</i>	504
КАКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕКИ В РОССИИ?	
<i>Петлина А.А.</i>	507
ВЛИЯНИЕ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ (ВТО) НА IT – СФЕРУ	
<i>Пилецкая А.Ю.</i>	510
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ	
<i>Побежимова Е.С.</i>	511

ОСНОВНЫЕ МОТИВЫ СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ КОМПАНИЙ	
<i>Подлесный В.А.</i>	514
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	
<i>Ростовцев С.Б.</i>	516
ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТАНДАРТА ISO/CD 31000 В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ	
<i>Теслюк А.Н.</i>	518
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИТИКИ ЗАНЯТОСТИ В РОССИИ	
<i>Тихонова Е.Е.</i>	521
МЕТОД РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ - ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ	
<i>Ткачёва В.В.</i>	524
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБРАЗОВАНИЕ С ПОЗИЦИЙ РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ	
<i>Туманова И.А.</i>	527
ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА МЕЗОУРОВНЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	
<i>Федосейкин А.А.</i>	530
СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ	
<i>Фролова Е.А.</i>	532
ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ	
<i>Хрулева Н.А.</i>	533
МИРОВОЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
<i>Чан Нгуен Лонг.</i>	536
ИННОВАЦИОННОЕ СОПРОТИВЛЕНИЕ: ПУТИ И СПОСОБЫ ЕГО УСТРАНЕНИЯ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ	
<i>Черепанова Е.О.</i>	538
ВЕРОЯТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ УСПЕШНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СДЕЛКИ	
<i>Чернов И.А.</i>	541
ЭФФЕКТИВНАЯ СТРУКТУРНАЯ ПОЛИТИКА – ВАЖНОЕ УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ	
<i>Якимова Т.Б.</i>	543
OUTSOURCING IN EDUCATION – A SOURCE OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE UNIVERSITY	
<i>Bushueva M.A.</i>	545
GOVERNMENT REGULATION OF INNOVATION PROCESSES IN RUSSIAN FEDERATION	
<i>Kovalenko M.A.</i>	546
VENTURE CAPITAL AS AN INNOVATIVE WAY OF ECONOMY DEVELOPMENT	
<i>Yakubik N.E.</i>	548
NEUER BAHNHOF IN STUTTGART: PROJEKT DER ZUKUNFT ODER GELD AUF DIE STRASSE	
<i>Marenkova E.V.</i>	551

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Сборник научных трудов XII Международной
научно-практической конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых

Издано в авторской редакции

**Отпечатано в Издательстве ТПУ в полном соответствии
с качеством предоставленного оригинал-макета**

Подписано к печати 25.03.2013. Формат 60×84/8. Бумага «Снегурочка».


Печать XEROX. Усл. печ. л. 65,95. Уч.-изд. л. 59,65.

Заказ 526-13. Тираж 200 экз.



Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Система менеджмента качества
Издательства Томского политехнического университета сертифицирована
NATIONAL QUALITY ASSURANCE по стандарту BS EN ISO 9001:2008



ИЗДАТЕЛЬСТВО  ТПУ. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30
Тел/факс: +7 (3822) 56-35-35, www.tpu.ru