

Министерство образования и науки
ФГАОУ ВО НИУ «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»

Институт управления

ВОСПРОИЗВОДСТВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА
В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ

Сборник студенческих научных работ

Материалы Всероссийской
научно-практической конференции с международным участием

г. Белгород, 18-22 ноября 2013 г.



Белгород
2013

УДК 378.091:005.336.4
ББК 74.484.4
В 77

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Института управления

Сборник подготовлен при поддержке Российского фонда
фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках выполнения проекта
№ 13-06-06148 Г «Научный проект организации Всероссийской
научно-практической конференции
с международным участием «Воспроизводство интеллектуального капитала
в системе высшего профессионального образования»»

Редакционная коллегия:

Шаповалова И.С., доктор социологических наук, доцент (отв. ред.)
Шавырина И.В., кандидат социологических наук, доцент
Куликова О.В., кандидат психологических наук, доцент

В 77 Воспроизводство интеллектуального капитала в системе высшего
профессионального образования: сб. студ. научн. раб. Всерос. науч.-практ. конф.
с межд. уч. (г. Белгород, 18-22 ноября 2013 г.) / отв. ред. И.С. Шаповалова. –
Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. – 280 с.

ISBN 978-5-9571-0841-2

В сборнике студенческих научных работ Всероссийской научно-практической конференции представлены результаты исследований молодых ученых (студентов и магистрантов) в области социальных и информационных технологий управления, менеджмента производственной и социальной сферы, управления человеческими ресурсами.

Материалы сборника представляют интерес для руководителей органов управления регионами и муниципальными образованиями, коммерческих и некоммерческих структур, образовательных учреждений, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов высших учебных заведений.

УДК 378.091:005.336.4
ББК 74.484.4

ISBN 978-5-9571-0841-2

© НИУ «БелГУ», 2013

СОДЕРЖАНИЕ

1. Социальные и информационные технологии в управлении

<i>Барташевич Л. С.</i> Способы защиты молодежи от манипулятивного воздействия	6
<i>Борисовский С. М.</i> Особенности мастер-классов в преподавании социально-гуманитарных дисциплин.....	8
<i>Войтова Ю. Ю.</i> Адаптивные системы электронного обучения как фактор повышения интеллектуального капитала университета.....	11
<i>Есикова О. В.</i> Формирование информационной культуры студента	15
<i>Кебелев М. И.</i> Информационные технологии как инструмент профилактики правового нигилизма в молодежной среде	17
<i>Кирнос А. Л., Рябенко В. В.</i> Совершенствование системы взаимодействия органов власти и бизнес-структур	20
<i>Коновалова Э. А.</i> Молодежная наука в университете: современное состояние	23
<i>Купавцева Е.И.</i> Влияние инновационных технологий обучения на интеллектуальное развитие студентов вуза.....	26
<i>Локтионова Л. В.</i> Использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной подготовке педагогов профессионального обучения	29
<i>Лось О.В.</i> Развитие человеческого потенциала как одно из преимуществ использования информационных технологий	33
<i>Маковская А. В.</i> Бакалавр: социальные ожидания и опасения работодателей.....	37
<i>Маматова М. А.</i> Особенности применения swot-анализа и метода анализа иерархий при выборе альтернативных решений в менеджменте.....	39
<i>Михайлова С. В.</i> Формальное представление интеллектуального капитала для организации sap-консалтинга	43
<i>Монастырская М. С.</i> Профессиональная культура государственного служащего	48
<i>Найман А. С.</i> Юногика как наука о педагогическом обеспечении социального развития молодежи	50
<i>Николаев И. П.</i> Особенности реализации алгоритма автоматизированного распознавания стадий сна по электроэнцефалограммам.....	53
<i>Пахомова О. А.</i> Организация личностного развития молодого специалиста.....	57
<i>Помельникова И. П.</i> Молодёжная субкультура как социальный феномен.....	59
<i>Попов Д. А.</i> Повышение уровня квалификации государственных служащих.....	62
<i>Пупынина Е. И.</i> Личностный потенциал: от рождения до становления	65
<i>Рукавицина О. А.</i> Стимулирование мотивации студенческой молодежи к социальной активности в воспитательной работе вуза	68
<i>Сидоренко Ю. Е.</i> Качество жизни городского населения: адаптационные стратегии и эффективность управления (на примере г. Белгорода)	72
<i>Соболева А. А.</i> Государственное управление региональным АПК: проблемы и перспективы развития посредством софинансирования расходных обязательств сельхозтоваропроизводителей	75
<i>Степкина Н. С.</i> Трудоустройство выпускников вузов: проблема №1	79
<i>Степовая Е. А.</i> Интернет-технологии как инструмент развития интеллектуального потенциала молодежи.....	83
<i>Тюха А. С.</i> Генерация альтернатив на основе численных оценок вариантов построения конструктивных блоков	86
<i>Фетисова А. С.</i> Социальная мобильность молодежи города Белгорода	90
<i>Фирсанов А. П.</i> Автоматизация делопроизводства в вузе (на примере ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»)	92
<i>Фролова М. А.</i> Значимость деятельности государственной молодёжной политики	96
<i>Ченцов С. Д.</i> Проблема соотношения международно-правового и административно-правового регулирования миграционных отношений в РФ.....	97
<i>Юнакова С. В.</i> Проблема патриотического воспитания в среде студенческой молодежи.....	101

2. Менеджмент производственной и социальной сферы

<i>Алексеев А. Н., Картушинский В. В.</i> Принятие решений как составная часть организации рабочего дня руководителя.....	104
<i>Алексеева Я. П.</i> Управление социальным развитием организации	106
<i>Борисовский С. М.</i> Влияние сети дорог на развитие экономики региона	109
<i>Демьяненко Д. А.</i> Дефицит высококвалифицированных кадров как глобальная проблема современной России	112
<i>Домарева Е. В.</i> Развитие креативного мышления студентов путем учета их психофизиологических особенностей	115
<i>Домарева Е. В.</i> Проблемы трудоустройства молодежи	119
<i>Гукова Е. П.</i> Оценка стоимости интеллектуального капитала.....	122
<i>Качай Ю. С., Федоренко О. В., Башманова М. И.</i> Электронные каналы маркетинга и дистрибуции в менеджменте	125
<i>Качанова Е. В.</i> Особенности внедрения современных методов рекрутмента.....	130
<i>Качанова Е. В.</i> Ключевые вопросы грамотного делегирования полномочий	133
<i>Качанова Е. В.</i> Особенности реализации аутсорсинг – проекта на практике.....	136
<i>Кисляк А.</i> Нормативно-правовая основа деятельности консультанта по организационному развитию	139
<i>Кисляк А.</i> Концептуальные основы разделения понятий «менеджер» и «лидер» на примере Pixaranimationstudios	141
<i>Коротких Е. Ю.</i> Бенмаркинг как эффективный способ внедрения инноваций	144
<i>Коротких Е. Ю.</i> Краудсорсинг как механизм повышения конкурентоспособности предпринимательских структур	146
<i>Коротких Е. Ю.</i> Инновационные технологии формирования, развития и сохранения человеческих ресурсов	149
<i>Куприна О. В.</i> Исследование сущности интеллектуального капитала как фактора, влияющего на финансовые результаты организации	152
<i>Метельков В. И.</i> Особенности российского IT-рынка.....	155
<i>Морозова В. О.</i> Коучинг как современная технология управления	158
<i>Морозова В. О.</i> Выделение стилей руководства и оценка их эффективности	161
<i>Петрушенко Е. Ю.</i> Изучение гендерных различий в моделях управления.....	164
<i>Петрушенко Е. Ю.</i> Лидерство в малых группах	167
<i>Пишкало В. В.</i> Повышение уровня практикоориентированности образования путем организации встреч студентов с приглашенными специалистами	170
<i>Попов Д. А.</i> Проблема безработицы в России.....	173
<i>Скотарев А. А.</i> Социально-психологические факторы тимбилдинга	174
<i>Степкина Н.С.</i> Имиджмейкинг: создание «нужного» образа.....	177
<i>Степкина Н. С.</i> Public relations как основа развития современного брендинга.....	179
<i>Степкина Н. С.</i> Современные методы оценки персонала	181
<i>Тарасова И. И., Лихачева О. М.</i> Совершенствование производственной практики в вузе	185
<i>Тарасова И. И., Лихачева О. М.</i> Практико-ориентированное обучение в вузе	188
<i>Федосова Д. Н.</i> Маркетинговые исследования рынка инноваций	192
<i>Шакишина К. С.</i> Влияние стиля одежды на эффективность работы персонала	196

3. Управление человеческими ресурсами: методы и технологии

<i>Аникеев Т. В., Усачёва М. В.</i> Особенности мотивации учебной деятельности подростков с различными акцентуациями характера	200
<i>Бобылева А. С.</i> Взаимосвязь детско-родительских отношений с уровнем субъективного контроля старших школьников.....	203
<i>Власова Т. А.</i> Взаимосвязь особенностей проявления агрессивности и конфликтности подростков, воспитывающихся в семьях с разными стилями семейного воспитания	205

<i>Воробьева К. В.</i> Самопрезентация кандидата при приеме на работу как элемент организационно-управленческого процесса	207
<i>Воскобоева Ю. Н.</i> Особенности управления человеческими ресурсами в современных условиях развития экономики	210
<i>Девыцына Т. Л.</i> Система управления персоналом как основа развития кадрового потенциала организации	213
<i>Золотухина О. С.</i> Психологический тренинг как инструмент воздействия на эмоционально-волевую сферу студента	217
<i>Иовенко Е. Ю.</i> Особенности удовлетворённости учебной деятельностью студентов с различными интеллектуальными способностями	220
<i>Картавых Е. В.</i> Особенности проявления тревожности младших школьников, воспитываемых матерями с разными родительскими установками	222
<i>Катаржнова Е. П.</i> Основные виды и принципы стимулирования трудовой деятельности персонала	225
<i>Кисляк А.</i> Развитие толерантного взаимодействия представителей православной и исламской культур в современных Российских организациях	229
<i>Ковтунова Ю. С.</i> Роль повышения квалификации в воспроизводстве трудового потенциала менеджеров по персоналу	231
<i>Козлова М. В., Вьюнова Н. А.</i> Результаты исследования по уровню экологической культуры школьников Пензенской области	235
<i>Кортаева И. В.</i> Рефлексивность как условие развития креативности в юношеском возрасте	236
<i>Кривошеева О. Ю.</i> Система управления адаптацией на современном предприятии	238
<i>Маленкова И. Н.</i> Эффективные коммуникации в организации	240
<i>Мамедова Л. Г.</i> Проблема адаптации молодых специалистов к работе в сфере туризма	243
<i>Моргун А. В.</i> Институт стажерства как инструмент развития современной организации	247
<i>Наливайко А. А.</i> Найм персонала в современной организации	251
<i>Никитина А. К.</i> Построение системы управления человеческими ресурсами на основе совершенствования механизма мотивации труда	254
<i>Погорельцева О. А., Старченко А. В.</i> Мотивация, как движущая сила, способствующая повышению трудовой активности человеческих ресурсов	256
<i>Подгорнева Е. А.</i> Особенности интерперсонального поведения старшеклассников, воспитываемых в семьях с разным типом семейного воспитания	260
<i>Родак Н. И.</i> Организационная культура как фактор повышения эффективности организации	262
<i>Родак Н. И.</i> Паблицити как эффективный механизм создания имиджа организации	264
<i>Скотарев А. А.</i> Мотивация как фактор повышения эффективности работы персонала в организации	266
<i>Скотарев А. А.</i> Управление конфликтами в организации	268
<i>Хареба Е. В.</i> Особенности использования манипулятивных приемов в процессе межличностной коммуникации	270
<i>Хареба Е. В.</i> Влияние социальных сетей на формирование межличностной коммуникации в молодежной среде	273
<i>Шакшина К. С.</i> Организация службы занятости в России и за рубежом (краткий экскурс)	276

СОЦИАЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ

СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ МОЛОДЕЖИ ОТ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Л.С. Баргашевич,

*студентка кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель А.В. Кисиленко,

ассистент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

По мере усложнения общества, развития информационных систем и появления новых средств массовой коммуникации появились технологии ненасильственного формирования общественного мнения путем манипуляции. Причем в последние годы манипулирование сознанием становится системным явлением, которое охватывает все социальные процессы и проникает во все сферы жизни человека.

Наибольшее опасение вызывает влияние манипуляции на молодое поколение, так как именно эта часть общества наиболее подвержена манипулятивному воздействию в силу неустойчивости сознания и еще не сформировавшейся социальной позиции. Поэтому молодежь больше всего склонна верить различным мнениям, утверждениям, взглядам, идеям и ценностям, даже не задумываясь о достоверности получаемой информации. Данная группа легко воспринимает все новое, в особенности, если информация получена из авторитетного для нее источника или от индивида, являющегося лидером мнений для данной аудитории. По мнению Д.В. Ольшанского, «доминирование неосознанных представлений в сознании молодежи – следствие процесса массовизации, связанного с функционированием в современном обществе различных видов информации»[1]. Молодежи трудно самостоятельно разобраться в обрушившемся на нее потоке информации и, как следствие, она не отторгает никакую точку зрения, вследствие своей некомпетентности в некоторых вопросах. Таким образом, манипулирование общественным мнением данной социально-демографической группы становится достаточно легким и доступным.

С примерами использования обобщенных приемов манипуляции сознанием молодежи посредством СМИ мы сталкиваемся почти каждый день. Навязчивые рекламные ролики формируют образы и предпочтения в нашем сознании даже против нашей воли, PR-кампании рождают положительный образ нужного политика. А что уж говорить о тенденциях моды, которая стала для многих молодых людей аксиомой только благодаря четко продуманному влиянию со стороны СМИ, которые не предлагают, а именно силой диктуют правила в одежде. Новинки кинематографа создают стереотипные представления о том, какой же должна быть молодежь. В голове у каждого из нас удивительно большое количество привнесенных или навязанных со стороны шаблонных понятий, жалких представлений и мнимых ценностей.

На сегодняшний день существует очень большое количество различных манипулятивных технологий, суть действия которых – подчинение психики человека посредством оказания давления на нее. Именно поэтому противодействие манипулятивному воздействию является актуальной задачей воспитания молодого поколения, так как формирование у них положительных жизненных ориентаций – залог успешного и прогрессивного развития всего общества.

Знание и изучение технологий манипуляции является самым эффективным на сегодняшний день способом противодействия манипулированию. Другими словами, если индивиду объяснить секреты управления психикой (то есть манипулирования), то любое

манипулятивное воздействие в отношении такого индивида окажется бесполезно. А значит, обучение механизмам манипуляции является надежным способом защиты от них [2].

Существуют некие универсальные способы преодоления манипуляций, которые «обезвреживают» десятки различных манипулятивных технологий. К ним относятся следующие методические приемы и правила эффективного противодействия манипуляциям.

Избирательное отношение к любой информации. Необходимо помнить, что в подсознании откладывается вся информация, которая когда-либо находилась в зоне восприятия психики человека, то есть все, что человек услышал, увидел, почувствовал. При этом неважно, осознал он это или нет, запомнил сразу или нет, все, что проходит в спектре восприятия информации из окружающего мира, неизменно откладывается в подсознании, а позже – оказывает влияние на сознание. Периодически и планомерно увеличивайте количество поступающей избирательной информации. Мозг должен постоянно тренироваться в анализе информации, а память – в запоминании больших объемов.

Критичность мышления – еще один эффективный прием противодействия манипуляции. Способность ставить все под сомнение, доходить до понимания всего самостоятельно, принимать на веру только после подтверждения своим опытом снижает риск поступления недостоверной информации.

Особенно внимательно относитесь к подаче спекулятивных тем, играющих на самых сильных человеческих чувствах и основных инстинктах – страхе, запугивании, смерти, мистике, религии, защите и проявлении жалости к детям, старикам, инвалидам или животным. С помощью подачи такой информации манипулятор устанавливает взаимное доверие, посредством своей причастности к высокому и насущному, автоматически приобщая и вас к своим проблемам. Незаурядная, нетипичная, шокирующая информация или такие же способы ее подачи, например, использование религиозных или национальных предрассудков, должны подвергаться критике.

Не пренебрегайте и не переоценивайте первоначальное внешнее впечатление от личности или события. Роль собственной интуиции (опыта подсознания), никто не отменял, возможно, даже, что она сработает впервые и в самую точку.

Если информация многократно и настойчиво повторяется, не прибегая к дополнительным доказательствам и фактически не изменяя смысла утверждений, то возможно, что воздействуют на ваше подсознание и волю, заставляя принять их на веру, против логики и разума. Повторение постепенно минует барьер сознания, начиная жить в подсознании своей жизнью, приобретая статус собственной мысли против воли человека.

При любой возможности проверяйте из объективных источников статистическую информацию, которую приводит манипулятор, так как ее недостоверность нередко является основой и обязательным началом процесса манипуляции сознанием.

Периодически возвращайтесь к исходным данным, тестируйте накопленным опытом и разбирайте с позиции логики свои установившиеся ранее суждения – нередко, кажущаяся ясность «до боли» привычной мысли и соответственных убеждений, становятся не очевидными, а ваша жизнь, благодаря заблуждениям – «оторванной» от реальности.

Особенно, это относится к уловкам манипуляторов, призывающих к убеждению, якобы общепринятых мнений и законов, посредством утверждений – «само собой разумеется!», «ну вы понимаете!» и др.

Рекомендуется меньше бывать в зоне контакта с манипуляторами. В действительности никакого разнообразия информации на разных каналах телевидения нет, значит незачем и переключать телевизор с одной программы на другую в надежде получить какую-то новую информацию.

Уход от захвата. Важный этап в манипуляции – захват аудитории, ее присоединение. В программе манипуляции очень важен темп, поэтому такое большое значение придается сенсационности и срочности. Пока захват не произошел, ему можно сопротивляться. Эффективен такой простой прием, как прерывание контакта. Если

средства массовой информации давят на психику, полезно на время «выйти» из этой обстановки, успокоиться, подумать, а потом – «вернуться».

Будьте непредсказуемы. Легче всего манипулировать сознанием человека, мышление которого отвечает четкому и строгому алгоритму. В противном случае подобрать к нему ключ трудно. Эффективным способом ухода от захвата и воздействия манипулятора является создание искусственной непредсказуемости реакции. Например, можно сознательно задерживать или вообще блокировать автоматические реакции – не позволять играть на стереотипах.

Отключение эмоций. Большинство манипуляций эмоционально окрашены. Увидев, что манипуляторы давят на какое-то чувство, следует на время сознательно притупить это чувство. Нужно воспринять информацию беспристрастно, а потом на «холодную голову» осмыслить ее.

Наличие времени для обдумывания. Ограниченность временем является существенным способом оказания манипулятивного воздействия. Поэтому наличие времени для обдумывания той или иной информации в большинстве случаев позволяет рационально оценить ситуацию, а значит, само по себе манипулятивное воздействие может быть нивелировано [3].

Необходимо дозировать информацию, получаемую СМИ (главным образом посредством просмотра телевизора): отбирать передачи позитивного содержания, исключать рекламу, смотреть телепередачи, несущие в себе положительную образовательную нагрузку, а также исключать получение информации во время сна. Например, нельзя засыпать при включенном телевизоре или радио, потому что во время сна отключена цензура психики, и вся информация впитывается в подсознание, закрепляясь там в виде установок и формируя в последующем паттерны будущего поведения индивида, проявляющиеся в совершении поступков в период бодрствования.

Таким образом, изучение способов защиты от манипулятивного воздействия позволяет человеку противодействовать манипуляциям, а упрочнение знаний помогает распознавать их автоматически, и при этом извлекать только достоверную и нужную информацию.

Литература

1. Ольшанский, Д.В. Психология масс / Д.В. Ольшанский. – СПб: Питер, 2002. – 368 с.
2. Зелинский, С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание / С.А. Зелинский. – СПб. : Скифия, 2008. – 416 с.
3. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М. : Академический Проект, 2007. – 141 с.

ОСОБЕННОСТИ МАСТЕР-КЛАССОВ В ПРЕПОДАВАНИИ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН

С. М. Борисовский,

*студент кафедры менеджмент организации
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель И. В. Шавырина,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Интерес к мастер-классам как новой форме преподавательской деятельности связан с возрастающей популярностью публичной социологии, расширением современных социально-коммуникационных процессов, дискурсивных практик и компетентностного подхода. Выявлены основные структурно-содержательные особенности мастер-классов, в

том числе креативность, рефлексия, интерактивность, гибкость, демонстративность, проработка стиля ведущего и другие.

Разработка такой формы преподавания современных дисциплин, как мастер-классы, получила распространение в связи с повышением внимания к области публичной социологии. Несмотря на то, что активистско-деятельностный подход в социологии широко известен и интегрируется с другими направлениями (акционализм А. Турена, теория структуризации Э. Гидденса, метатеоретическая парадигма Дж. Ритцера, концепция В. Ядова и др.), поворот отечественных социологов в сторону публичной социальной сферы пока выражен слабо. Тем не менее, социологический истеблишмент формирует пространство, насыщенное новыми концептами, некоторые из которых представлены далее.

1) Публичная социология. В концептуальной матрице М. Буравого публичная социология является одним из сегментов наряду с профессиональной, прикладной и критической социологией. Несмотря на взаимосвязь данных сегментов, суть публичной социологии, ее главную направленность, можно выразить через сочетание научной рефлексии и работы с вне-академической аудиторией. При этом особенно важны общественный характер социологии, проявление гражданской позиции, актуальность и открытость дискуссий [1].

Известны концепции публичных арен Х. Арендт, С. Хилгатнера и Ч. Боска.

Так, согласно концепции С. Хилгатнера и Ч. Боска на публичных аренах (например, городской парламент, профессиональные, научные сообщества, организации, фонды, средства массовой коммуникации, пиар-службы и т.д.) происходит обсуждение, отбор и формулирование актуальных социальных проблем. В процессе их конструирования проблемы могут конкурировать друг с другом. Выход на публичные арены может быть ограничен пропускной способностью, т.е. количеством проблем, представленных общественности [2].

Для Х. Арендт предпочтительным становится либеральный аспект – сочетание публичности и свободы. Описывая понятие публичного, Х. Арендт подчеркивает, что человеческая активность за исключением труда, производства, которые предполагают как общественные, так и индивидуальные процессы, исключительно настроена на публичность, т.е. предполагает социальную коммуникацию в широком смысле [3].

2) Социальная коммуникация. Общение в рамках публичной социологии предполагает максимальный поворот к слушателю, открытость и доступность информации, обсуждение актуальных проблем. Возрастает роль социологов как медиаторов между разными социальными группами, разъясняющих сущность социальных проблем. Все больше говорится о возможности современного социолога вести не просто диалог, а политолог с различными аудиториями, выстраивать взаимодействие с представителями властных структур, организаций, средств массовой коммуникации и т.д. Отражение, рефлексия социальных проблем конструируется в социально-коммуникационном пространстве, в медийном пространстве, а также в виртуальном пространстве в виде дискурса.

3) Дискурс как практика речевой коммуникации. Дискурс является скорее социокультурной ситуацией, отраженной в текстах, знаках, символах. Выход проблемы в дискурс помимо ее открытости и популярности означает, что она обладает гибкостью, изменчивостью, зачастую двойственностью, и именно данный выход за счет публичности, властных проявлений может снять некоторые из ее противоречий. Знакомство, приобщенность, активное участие в дискурсивных практиках могут помочь коммуникантам овладеть определенным опытом и компетенциями.

4) Компетенции. Через дискурсивные и дискуссионные практики активизируется процесс выработки знаний, умений и навыков. Учитываются различные аспекты: интеллектуальный, когнитивный, функциональный, этический и другие.

Использование новых форм преподавания соответствует принципам научности, вовлеченности студентов (активное обучение), прагматизма, иллюстративности, дискуссионности, которые способствуют повышению внимания, запоминанию материала и в конечном итоге выработке навыков [4]. Примерить на себя роль эксперта по оценке

социальной ситуации, разрешить конфликт между представителями разных социальных групп, презентовать исследование – проработка подобных действий на мастер-классах способствует формированию компетенций.

Структурно-содержательные особенности мастер-классов:

1. Вступление (вводная часть).

А) Привлечение внимания. Тема должна заинтересовать слушателя. Она может быть сформулирована в виде животрепещущего вопроса или приукрашена метафорой. Как правило, у мастер-класса «броское» название: «МЫ – это «не они?»», «Раз, два, три, четыре пять – любим всех мы посчитать!»), «Как начать академическую карьеру?»).

Безусловно, актуальны методы ассоциаций, просмотры видеосюжетов, использование адекватного или, наоборот, нестандартного стиля ведущего. Стиль как особая манера поведения во время дискуссии может быть свойственен и самой аудитории: академический, свободный, креативный, командная работа (тренинг) и т.п.

Б) Один из распространенных вариантов начала интеракции – небольшой вопрос (удобнее отвечать на него письменно для удобства обработки), подразумевающий простой ответ, либо легкое тестовое задание. В зависимости от результатов часто практикуется деление аудитории на 2-3 группы для дальнейшей работы. В случае академической аудитории мини-тест может служить формой контроля полученных ранее знаний, в случае вне-академической аудитории позволит выявить уровень подготовленности аудитории по обсуждаемой теме.

В) Элементы риска, провокация. С самого начала работы могут использоваться сюжеты, задания, связанные с тем, чтобы через провокацию добиться от слушателей нужного эффекта. Пародийные ситуации могут скрываться в сюжетах фильмов, в художественных произведениях разных жанров. Например, при обсуждении темы предвыборной кампании рекомендован фильм «Хвост виляет собакой» (1997 г., жанр комедия, режиссер Б. Левинсон).

Г) Предварительное ознакомление. Выкладка материалов урока в Интернете (например, словарь основных терминов или краткий конспект занятия).

2. Основная часть.

А) Наглядность, демонстрация материала. Одним из простых примеров может быть просмотр социологической анкеты. Демонстрация играет решающую роль в области визуальной социологии и при знакомстве с методом анализа документов. Расширяется спектр возможностей оформления и предоставления информации (презентации, ролики, просмотр фильмов, фотографий и т.д.). Например, по теме «Социология города» предложен фильм «Берлин: Симфония большого города» (1927 г., жанр документальный, режиссер В. Руттманн).

Б) Рефлексия. Процесс проявляется больше на практической части занятия.

Например, задание может быть связано с анализом советских и постсоветских путеводителей. Рефлексия сконцентрирована на способах презентации городов в путеводителях.

В) Интенсивный обмен мнениями. Может происходить как на занятии, так и после него в виде общения на форуме. Интерактивный принцип особенно необходим в ходе специальных мастер-классов среди профессионалов, которые проводятся как тренинги-семинары, деловые игры. Так, мастер-класс «Применение методов социологических исследований в государственном и муниципальном управлении» направлен на расширение связи социологических и управленческих практик.

Г) Креативность. В качестве неотъемлемого элемента современного общества творческие методы нужны в основном для практического применения. Мастер-классы, посвященные технологиям креативности для бизнес-аудитории, проводятся в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» (г. Москва) В. Бубенцовым, В. Тимоховым. К креативным методам относятся метод фокальных

объектов (МФО), теория решения изобретательских задач (ТРИЗ), метод аналогий, морфологический анализ, фантограмма и др. [5].

Д) Вариативность, гибкость, разнообразие. Может наблюдаться «разветвление» материала (общая и специализированная части) для мастер-класса, рассчитанного на широкую аудиторию, и для учебного занятия (урок, семинар).

3. Заключительная часть. Аттестация слушателей как с помощью тестовых, проверочных заданий, написания эссе, обсуждения результатов на форуме, так и отметок в виде эмоциональных знаков (смайлики) [6].

К возможным результатам мастер-класса относятся: развитие коммуникативных навыков, развитие навыков аргументации в дискуссии, формулирование и рефлексия основной проблемы, моделирование определённой ситуации, формулирование выводов, формирование общественного мнения, получение обратной связи от учащихся для преподавателя, от населения при внедрении инноваций и т.д.; планирование дальнейших исследований, путей решения социальных проблем.

Литература

1. Буравой, М. Тезисы о деградации социального бытия в глобализирующемся мире / М. Буравой // СОЦИС, 2009. – № 4. – 25-27с.
2. Хилгартнер, С. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен / С. Хилгартнер. – Казань : Хрестоматия, 2001. – 180 с.
3. Постмодернизм. Энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.rus.ec/b/172932> (дата обращения: 26.10.2013).
4. Лазукова, Е.А. Принципы преподавания социологии и политологии студентам / Е.А. Лазукова. – М.: Наука, 2013. – 475 с.
5. Креативный мир [Электронный ресурс]. URL: <http://www.trizland.ru> (дата обращения: 26.10.2013).
6. Колесниченко, М.Б. Проведение мастер-класса по социологии / М.Б. Колесниченко. – Пермь : Союз типография, 2013. – 475 с.

АДАПТИВНЫЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА УНИВЕРСИТЕТА¹

Ю. Ю. Войтова,

*студентка кафедры информационного менеджмента
института управления НИУ «БелГУ»*

Научный руководитель Р. Г. Асадуллаев,

старший преподаватель кафедры информационного менеджмента НИУ «БелГУ»

На сегодняшний день повышение интеллектуального капитала университета является одной из ведущих задач научной деятельности учебного заведения. ВУЗы нуждаются в студентах, способных заниматься научными исследованиями, связанными с анализом и обработкой информации под руководством ведущих ученых и соискателей, которые в последствие смогут самостоятельно развивать собственные научные направления. Работодатели, в свою очередь, так же предъявляют своим будущим сотрудникам требования к профессиональным знаниям, умениям и навыкам, с учетом специфики производственной деятельности предприятия. Процесс обучения без использования адаптивных систем электронного обучения (АСЭО) довольно проблематично получить своевременную информацию о степени овладения компетенциями студентом, а так же произвести анализ студентов на предмет соответствия требованиям работодателя и оценки интеллектуального потенциала. Кроме того,

¹ Исследование выполнено в рамках Государственного задания Министерства образования и науки РФ на выполнение НИР подведомственным вузам в 2013 году. Проект № 8.8600.2013.

преподавателю тяжело применять индивидуальный подход к каждому студенту, т.к. учебные группы ВУЗов, состоят более, чем из 10 человек. Использование АСЭО направлено на решение обозначенных задач при подготовке будущих специалистов и научных сотрудников.

В предлагаемой работе приводится описание основных возможностей, разрабатываемых в настоящее время АСЭО. Рассматриваются достоинства АСЭО, как фактора повышения интеллектуального капитала университета. Особое внимание уделяется взаимосвязи данных об обучающемся (психофизиологические особенности личности студента, набор компетенций, которыми он владеет), требований работодателя (психофизиологические особенности, владение различными компетенциями (основными и дополнительными)) и требований по ФГОС к будущему специалисту (список профессиональных задач общекультурных и профессиональных компетенций, которыми должен овладеть обучаемый) [1]. Взаимодействие 3-х обозначенных категорий можно описать схемой, изображенной на рис. 1.

Одной из возможностей АСЭО является формирование списка компетенций, которыми владеет обучающийся. Каждая дисциплина, входящая в программу обучения студента, является элементом формирования одной или нескольких компетенций. Уровень владения обучающегося конкретной компетенцией зависит от успешности усвоения ряда дисциплин, к ней привязанных [1]. Кроме того, имеется возможность указания каких-либо дополнительных областей знания, в которых ориентируется студент. Эти данные заносятся в его личную электронную карту преподавателем-экспертом в случаях, когда студент показал свои знания, навыки и умения в процессе традиционного обучения, т.е. на семинарах, лекциях, а так же при участии в каких-либо исследовательских работах и научно-практических конференциях.

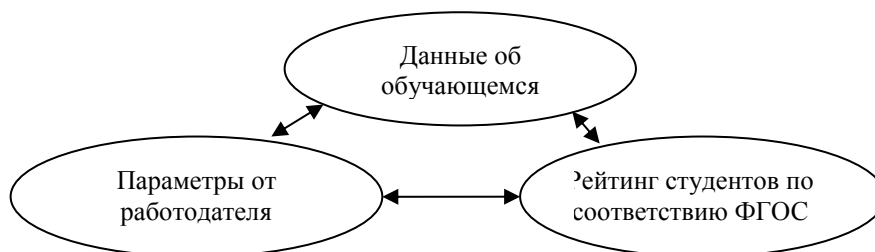


Рис. 1. Схема взаимодействия данных трех основных категорий

Учет психофизиологических параметров обучающегося реализуется посредством проведения ряда тестов при первом входе в систему обучения. В результате, определяется тип темперамента, интеллект, характер и тип мышления личности. Данные показатели напрямую связаны с формой подачи материала, т.к. для каждого набора личностных характеристик имеются оригинальные установки, к которым можно отнести, например, время на освоение материала, уровень абстракции [4]. Таким образом, АСЭО выстраивает индивидуальную образовательную траекторию, что делает обучение посредством АСЭО намного эффективнее стандартного обучения [2].

Так же, система включает в себя функцию ведения рейтинга студентов по параметрам соответствия освоенных ими компетенций компетенциям, знание которых необходимо согласно ФГОС специальности. Рейтинг студента напрямую зависит от уровня его компетентности в нескольких областях. Данная функция связана с выявлением студентов, которых можно было бы привлечь к научной деятельности в университете или к работе в определенной организации по заявке работодателя.

При обращении к системе можно указать свои требования к будущему работнику, посредством заполнения специальной электронной анкеты, а можно напрямую обратиться к рейтингу студентов по критерию их соответствия требованиям ФГОС специальности. В первом случае учитывается большее количество критериев, что весьма выгодно для

работодателя, т.к. значительно повышается вероятность качественного подбора сотрудников с указанными параметрами, а так же удобно для поиска студентов, предрасположенных к проектно-исследовательской научной деятельности. При обращении к электронной анкете, пользователю будет необходимо указать следующую информацию: направление подготовки (в этом случае система будет обращаться к рейтингу студентов, как одному из параметров); выбор основных компетенций; выбор дополнительных компетенций; указание личностных характеристик и расстановка логических параметров для каждой из них в виде постановки галочки (важно/желательно).

Представим заданные категории и группы их элементов в качестве множеств для написания алгоритма отбора студентов по заданным пользователем параметрам и детального описания сортировки элементов сгенерированного множества. Обозначим множество всех, хранящихся в базе данных компетенций, как K_v . K_{1j} – множество требуемых к освоению компетенций по ФГОС специальности. K_{2i} – множество компетенций, которыми отлично владеет обучающийся, K_{3i} – множество компетенций, которыми хорошо владеет обучающийся, K_{4i} – множество компетенций, с которыми знаком обучающийся. Здесь j – индекс ФГОС специальности, i – индекс студента. K_5 – множество профессиональных компетенций, владение которыми важно для искомого университетом или работодателем сотрудника, K_6 – множество компетенций, которые желательны для будущего специалиста, согласно заполненной электронной анкете.

Так же множествами задаются и наборы личностных характеристик. В L_{0i} входят психофизические параметры студента, выявленные при его анализе в процессе прохождения специальных тестов, во время первого входа обучающегося в АСЭО. L_1 представляет набор заданных в электронной анкете психофизических характеристик, обязательных для будущего работника. L_2 включает набор дополнительных психофизических характеристик. В данное множество могут входить по несколько элементов из 2-3 неиспользованных в предыдущем пункте показателей. Элементы данных трех множеств формируются из: T – множество типов темперамента, I – множество видов интеллекта, H – множество видов характера, M – множество типов мышления. Таким образом, множество параметров, задаваемых пользователем для отбора студентов можно описать множеством $S_p = \{K_5, K_6, T_k, I_k, H_k, M_k, L_1, L_2\}$, где k – индекс принадлежности к запросу.

Множество S_v – включает подмножества с характеристиками по каждому обучающемуся системы. S_o – множество студентов, включающее в себя подмножества с индивидуальными характеристиками каждого обучающегося, т.е. студентов, подходящих под заданные условия отбора. Модель студента можно задать множеством $S_i = \{K_2, K_3, K_4, T_i, I_i, H, M_i\}$.

Компетенции, имеют больший приоритет над психофизическими характеристиками. Таким образом, можно выстроить следующую иерархию в порядке убывания в зависимости от степени важности учитываемого критерия: 1) основные компетенции в порядке, зависящем от принадлежности элемента к одному из трех множеств: K_2, K_3, K_4 ; 2) владение дополнительными компетенциями (так же с учетом принадлежности к группам компетенций); 3) важные психофизические параметры; 4) желательные психофизические параметры.

Стоит отметить, что в случае, если в анкете вместо компетенций отмечается направление подготовки, иерархический список будет построен согласно требованиям к знанию компетенций по ФГОС специальности. Уровень владения определенной компетенцией зависит от изучения ряда дисциплин, следовательно, его можно выразить с помощью числового параметра, область значения которого $[0;1]$:

- если уровень владения компетенцией находится в пределах $[0,4;0,6]$, то данный параметр относится к K_4 .

- если уровень владения компетенцией находится в пределах $[0,6;0,8]$, то данный параметр относится к K_3 .

- если уровень владения компетенцией находится в пределах $[0,8;1]$, то данный параметр относится к K_2 .

Алгоритм включения в множество S_1 выборки студентов с подходящими по анкете параметрами без учета стандартов ФГОС отображен на рис. 2.

После получения множества элементов, входящих в S_1 , формируется список из оставшихся в нем элементов. В данном списке применяются параметры сортировки. Таким образом, согласно заданной иерархии, студенты, которые отлично владеют «важными» компетенциями, выносятся на первые места (чем больше элементов из множества K_2 , тем выше), владеющие хорошо ниже, ознакомленные с их основами еще ниже. Следующий уровень сортировки – по дополнительным компетенциям. Студенты, находившиеся после первой сортировки в равном положении, располагаются в порядке убывания в зависимости от количества присутствующих дополнительных компетенций с учетом уровня их усвоения, как и в первой сортировке. Третий уровень сортировки осуществляется по факту наличия дополнительных психофизиологических особенностей.

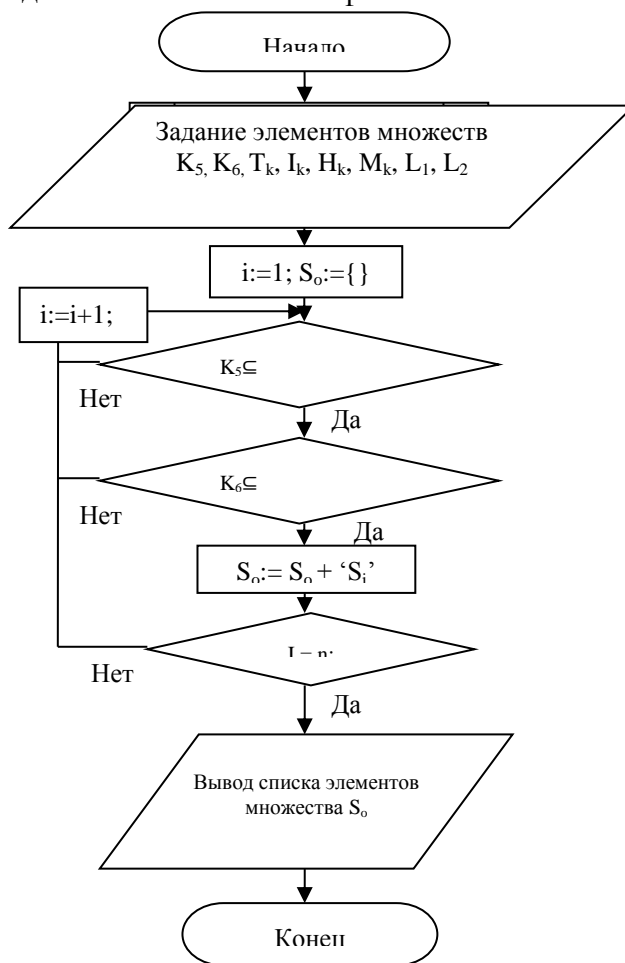


Рис. 2. Алгоритм проведения выборки студентов по данным электронной анкеты

В итоге, пользователь, отправивший запрос на выборку системе, получает список подходящих под условия кандидатур в иерархическом порядке.

Использование разрабатываемого модуля подбора студентов по заданным параметрам может быть полезно не только организациям и университету, но и, непосредственно, студентам. Обучающиеся получают возможность просмотра требований к будущим сотрудникам, внесенным в АСЭО работодателями. Это позволит студентам еще до окончания учебы самостоятельно скорректировать свои знания в соответствии с требованиями современного рынка труда, т.е. проходить дополнительные курсы, не входящие в учебный план направления подготовки, по своему желанию, что так же поддерживается АСЭО [2].

Таким образом, АСЭО являются важным фактором повышения интеллектуального капитала университета, т.к. системы данного класса позволяют учесть множество индивидуальных особенностей обучающихся в образовательном и научном процессах ВУЗа. Разработан алгоритм подбора студентов по заданным параметрам с целью

определения научного потенциала и вовлечения в научную деятельность ВУЗа для повышения интеллектуального капитала университета.

Литература

1. Особенности обучения взрослых [Электронный ресурс]. URL: <http://hrm.ru/osobennosti-obucheniya-vzroslykh> (дата обращения 15.10.2013).
2. Астанин, С.В. Разработка индивидуальной модели поведения обучаемого в системе дистанционного образования [Текст] / С.В. Астанин, Т.Г. Калашникова // Перспективные информационные технологии и интеллектуальные системы – 2001 – №1 – С. 179–196.
3. Гиря, И.А. Интеграция моделей знаний ученика в адаптивной среде дистанционного обучения [Текст] / И.А. Гиря // Международный журнал «Образовательные технологии и общество» – 2010. – № 4. – С. 240–245.
4. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии [Текст] / С.Л. Рубинштейн. – Москва: Педагогика, 1946 – 197 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТА

О.В. Есикова,

*студентка кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель А.В. Стагнеева,

ассистент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

В XXI веке информационное общество, вследствие развития компьютерных технологий, превратилось в реальность: человечество получило доступ к различным видам информации, а также возможность обращения к ним в любое время. В таких условиях огромную роль стала играть информационная культура граждан.

Большое значение информационная культура имеет, в первую очередь, в сфере образовании. От умения поиска качественно новой информации, знания как ей пользоваться, зависит эффективность учебного процесса и, в конечном итоге, уровень профессиональной подготовки специалиста. Работа с информацией становится главным содержанием профессиональной деятельности в информационном обществе, необходимым компонентом информационной культуры [1].

Под *информационной культурой* мы понимаем профессионально-значимое личностное качество студента, обеспечивающее его эффективное взаимодействие с информационной средой в процессе освоения новшеств и служащее средством перевода внешне заданной информации в личный инструмент преобразовательной деятельности. Информационная культура студента выступает как своеобразный инструмент освоения нового по выбранной специальности; является неотъемлемым фрагментом культуры и одной из составляющих профессионального мастерства [2].

Рассматривая информационную культуру студента в качестве готовности и способности к самообразованию, можно выделить такие ее составляющие как:

1. *Умение самостоятельного поиска информации.* Способность легко ориентироваться в библиотечных фондах, знать основы систематизации информации, принципы их применения, уметь составлять списки источников и литературы, а также знание правила государственных стандартов – все это позволяет студенту успешно решать образовательные проблемы, связанные с дефицитом информации в той или иной области знания.

Культуру поиска новой информации можно условно разделить на три уровня развития. Самый низкий уровень – основан на деятельности памяти и наличии социального опыта работы с информацией. Элементы информационной культуры могут выражаться в созданной заранее и введенной в социальный оборот информации на базе примитивных процессов работы с ней. Средний уровень развития информационной

культуры сформирован на совершенствовании информационной деятельности в условиях развития читательской активности. Переход между первым и вторым уровнем связан с такими факторами, как умение видеть информационные проявления в разных видах деятельности, развитие информационной мотивации и осознание своих информационных потребностей. Высший уровень выражается в осмыслении информационных ценностей на принципе взаимодействия эмоционального и интеллектуального восприятия мира. Переход на этот уровень возможен при умении субъекта как осознанно воспроизводить знания, творчески применять их в учебной, производственной и жизненной практике, так и самостоятельно создавать качественно новые знания.

2. *Способность понимать и обрабатывать информацию* подразумевает под собой представление структуры информации; умение одновременно работать с различными источниками; знание и понимание основных приемов работы с текстом; анализ найденной информации и способность точной передачи ее смысла.

Чем больше информации может понять и обработать человек, тем более адекватным и целесообразным будет его поведение, тем, следовательно, выше вероятность того, что в изменяющихся условиях существования он найдет верный образ действий и не станет жертвой непредвиденных обстоятельств.

3. *Умение применять полученную информацию* на практике.

Для того чтобы научить студентов вышеперечисленным медиаобразовательным умениям и сформировать у них основы информационной культуры, преподавателю необходимо учитывать два основных момента: психологические возможности обучающихся по восприятию информации и содержательный аспект той информации, которая воздействует на индивида [3].

Главное условие формирования информационной культуры специалиста – гарантия доступа к информации, который можно обеспечить с помощью создания единого информационного пространства. Опыт мировой практики показывает, что значительный вклад в решение этой задачи могут внести библиотеки, развивающие свои информационные функции на основе современных технологий [4].

Существует четыре фактора, определяющих важнейшие функции библиотек: увеличение роли библиотек как собирателей и хранителей фонда записанной на носителях информации; возрастание значения библиотек как источников библиографических данных о публикациях; повышение качества и разнообразия форм библиотечного обслуживания; становление библиотек как своеобразных учебных центров для развития у читателей информационной грамотности.

Таким образом, в изменяющейся информационной реальности, библиотеки как своеобразные центры, осуществляющие хранение, передачу человеческих знаний, и духовных ценностей, должны сохранять миссию посредников в коммуникационном мире.

Основной фактор, который определяет роль библиотек в повышении информационной культуры студента, – громадный информационный потенциал, заложенный в объеме и характере фондов (различных по видам, формам, содержанию); справочно-поисковом аппарате (состоящем из фонда справочно-библиографических пособий, электронных и карточных каталогов), а также накопленный опыт справочно-библиографического обслуживания разнообразных категорий читателей и новые информационные технологии, использующиеся в работе [5].

Таким образом, в условиях открытого информационного общества и единого образовательного пространства формирование информационной культуры студента, как будущего специалиста, становится необходимым условием, обеспечивающим его профессиональное и личностное развитие. Обучающимся нужно не только обладать культурой поиска и отбора необходимых источников, но и уметь пользоваться информацией, а также создавать качественно новую.

Литература

1. Бешенков, С. А. Информация и информационные процессы / С. А. Бешенков, В.Ю.Лыскова, Е.А.Ракитина // Информатика и образование. – 1998. – № 6-8. – С. 39-50.

2. Костова, Р. С. Об информационной культуре студента / Р. С. Костова // Социологические исследования. – 2007. – № 8. – С. 134-136.
3. Якушина, Е. В. Медиаобразование: как научиться грамотно работать с информацией / Е. В. Якушина. URL :<http://mic.org.ru/3-nomer-2012/122-mediaobrazovanie-kak-nauchitsya-gramotno-rabotat-s-informatsiej> (дата обращения: 27.10.2013).
4. Маркова, Е. Ф. Роль университетской библиотеки как информационного ресурса в обеспечении учебного процесса / Е. Ф. Маркова // Университетская книга. – 2008. – № 1. – С. 60-61.
5. Дронова, Н.А. Высшее образование и вузовские библиотеки / Н.А. Дронова // Мир библиографии. – 2006. – № 6. – С. 28-30.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОВОГО НИГИЛИЗМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

М.И. Кебелеш,

*студентка кафедры социальной работы
социально-теологического факультета НИУ «БелГУ»»,
4 курс*

*Научный руководитель Е.С. Сазонова,
старший преподаватель кафедры социальной работы НИУ «БелГУ»*

Конец XX – начало XXI века был ознаменован широким применением компьютеров и информационных технологий в разных сферах жизнедеятельности человека. Повседневная жизнь современного человека теснейшим образом связана с различными техническими устройствами и приборами, которые входят в действительность все глубже и глубже, соседствуя с человеком практически во всех сферах жизни. С компьютерами связана познавательная, трудовая, коммуникативная, творческая, рекреационная и др. деятельность человека.

Необходимо отметить, что в этот же период времени в результате перехода российского общества к рыночным отношениям произошли изменения в экономической, политической, социальной и духовной сферах общества, изменения затронули многие стороны жизни, коснулись и сферы правового сознания современной молодежи. Одной из острых социальных проблем, выявленных в современном обществе, является правовой нигилизм молодого поколения. Рассмотрим это понятие более подробно.

Нигилизм (лат. nihil – ничто) – отрицание общепринятых ценностей: идеалов, моральных норм, культуры. Получает особое распространение в кризисные периоды общественного развития [1].

Правовой нигилизм – деформированное состояние правосознания личности, общества, группы, характеризующееся осознанным игнорированием требований закона, ценности права, пренебрежительным отношением к правовым принципам и традициям, правам и свободам человека [2].

Правовой нигилизм проявляется и выражается в следующих формах:

1. Молодые люди не соблюдают и не исполняют требования законов.
2. Происходит подмена законности практической целесообразностью: случаи, когда современные молодые люди руководствуются законом в выгодных для них ситуациях, в противном случае закон игнорируют или выступают с его критикой.
3. Отождествление права с реальным действием властных структур: молодые люди любое действие представителей власти и правоохранительных органов, наносящее вред личным интересам, воспринимают как угрозу личной безопасности.
4. Неуважительно относятся к суду и правоохранительным органам.
5. Безразличное отношение и отсутствие сопричастности к делам государства и общества в целом [3].

Среди причин широкого распространения правового нигилизма в современном российском обществе можно выделить: низкий уровень правовой грамотности общества, юридическое невежество; особенности национальной психологии и культуры, которые допускают неуважительное отношение к праву. Причинами также являются кризисное переходное состояние всех сфер общественной жизни; низкий уровень и качество жизни большого числа российских граждан; несовершенство системы правового воспитания; отсутствие эффективных механизмов юридической ответственности [4].

В настоящее время часто можно услышать о правовом нигилизме молодежи как крайне вредном, подрывающем правовой порядок социальном явлении [5]. Трудно поспорить с данной точкой зрения, поскольку правовой нигилизм не признает право как социальную ценность, проявляется в негативно-отрицательном отношении к праву, законам и правопорядку, в неверии в возможности права и его общественную полезность.

Проблема правового нигилизма молодёжи приобрела в последние годы общегосударственное значение и требует безотлагательного разрешения в связи с тем, что в современном российском социуме существуют крайне деструктивные его формы [6]. Не вызывает сомнений тот факт, что правовое образование и воспитание молодёжи является одним из методов предупреждения нигилизма.

Как уже было отмечено ранее, правовой нигилизм проявляется в самых различных формах – начиная с равнодушного, безразличного отношения к роли и значению права и заканчивая полным неверием в право и откровенно негативным отношением к нему [5]. Необходимо отметить, что в молодежной среде в основном можно столкнуться с пассивным правовым нигилизмом, который проявляется на уровне массового сознания, для него характерна недооценка роли и значения права, безразличное отношение к нему.

По нашему мнению, преодоление правового нигилизма в молодежной среде во многом зависит от процесса социализации молодых людей, под которым понимается:

- накопление навыков самостоятельного оперирования правовыми понятиями и категориями;
- определение самостоятельной социально-общественной позиции;
- передача достижений и ценностей правовой культуры от одного поколения к другому;
- развитие юридического мировоззрения, выработка способности адекватно определять основные задачи и ценности права;
- определение правомерного действия сторон в конкретных условиях, проектирование и принятие возможных оптимальных вариантов развития событий в юридически значимых ситуациях.
- создание условий для творческого развития личности, получение достойного бесплатного образования в соответствии с ее интересами;
- создание рабочих мест на основе потребностей всего общества;
- ликвидация безработицы;
- учёт молодых людей с антиобщественными установками и постоянная работа с ними специализированных государственных структур и общественных формирований;
- привлечение бизнеса к участию в делах молодёжи [7].

Только при соблюдении вышеперечисленных условий станет возможным считать социализацию молодежи успешной.

Каждый представляет собственное развитие по-своему и выбирает для этого подходящие ему средства. Разнообразие представлений о своем будущем, о способах достижения поставленных целей, а также различные сопутствующие обстоятельства делают действия молодого человека похожими на передвижение молодого бойца по беспорядочно обстреливаемому минному полю [8]. Не каждый человек отважится идти вперед самостоятельно, поэтому пробудившееся еще в детстве желание учиться требует особого заботливого отношения

Профессор Р.А. Ромашов, считает, что институты семьи и образования отвечают за воспитательный процесс, формирование правовой культуры и правового сознания молодых людей. По его мнению, от эффективности организованного воздействия и обучения и от того, насколько совокупность внешних социализирующих воздействий на молодого человека содействует развитию его самосознания, зависит достижение положительных результатов правовой социализации личности [7].

В XXI веке активное влияние на формирование современной личности оказывают новейшие информационные технологии. Сегодня все чаще и чаще можно услышать разговоры об информационном обществе – обществе, которое в центр ставит информацию. Власть принадлежит тем, кто владеет знаниями, определенной информацией. Трудно найти человека, который бы не знал, что такое компьютер и Интернет.

Считаем необходимым рассмотреть такое понятие как киберсоциализация. Киберсоциализация – (социализация личности в киберпространстве или виртуальная компьютерная социализация личности) – процесс качественных изменений потребностно-мотивационной сферы индивидуума, а также структуры самосознания личности, происходящий под влиянием и в результате использования человеком современных информационно-коммуникационных и компьютерных технологий в контексте жизнедеятельности. Данный термин был предложен в 2005 г. членом-корреспондентом Международной академии наук педагогического образования, кандидатом педагогических наук, доцентом В. А. Плешаковым [9].

Благодаря своему развитию, Интернет для многих стал реальной жизнью, здесь молодые люди выбирают занятия по своему вкусу. Этическое и эстетическое развитие, мировоззрение и ценностные установки личности, формирование гражданской позиции, патриотическая и семейная ориентация, воля и интеллектуальный потенциал, потребностно-мотивационная сфера, эмоциональное состояние, а также общее физическое и психическое развитие современного человека в XXI веке осуществляются не только в рамках условий реальной жизнедеятельности, но и в виртуальной социализирующей среде – в процессе киберсоциализации, как уже было отмечено ранее [9]. В виртуальном мире киберпространства активность человека не ограничивается позицией его как зрителя, читателя или слушателя, он сам может организовывать и включается в действие, влиять на происходящее, добиваться определенных успехов и переживать неудачи.

Особое внимание в процессе киберсоциализации молодого человека следует уделять развитию свободной личности, способной делать выбор и нести за него личную ответственность, уважать выбор и поступки других людей, уметь противопоставлять внешнему давлению свое волеизъявление.

Благодаря информационным технологиям раскрывается потенциал человека, осознавая свои права, свои возможности человек выбирает тот путь развития, который поможет ему раскрыться. Просматривая новости на различных сайтах, молодые люди узнают об интеллектуальных конкурсах, программах, олимпиадах, но проблема в том, что не каждый молодой человек, обладающий интеллектуальным потенциалом, может трудоустроиться в нашей стране по окончании вуза, в результате чего он вынужден искать достойную вакансию за границей.

Таким образом, необходимо научиться использовать социализирующие и воспитательные возможности компьютерных ресурсов, исходя из своих целей и возможностей, а также гендерных, социокультурных, индивидуальных и личностных особенностей человека.

Д.А. Медведев в статье «Россия, вперед!» утверждает, что «в течение ближайших десятилетий Россия должна стать страной, благополучие которой обеспечивается не столько сырьевыми, сколько интеллектуальными ресурсами: «умной» экономикой, создающей уникальные знания, экспортом новейших технологий и продуктов инновационной деятельности» [10].

Таким образом, информационные технологии должны стать основным инструментом профилактики и преодоления равнодушного и безразличного отношения молодежи к роли и значению права, не допускать недооценку права. Молодые люди

должны соблюдать и исполнять требования закона, знать свои права и обязанности, а также быть уверенными в завтрашнем дне. И только в этом случае молодежь сможет раскрыть свой потенциал.

Литература

1. История культуры и искусств: словарь терминов и понятий. учеб. пособие. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2010. – 81 с.
2. Радько, Т.Н. Теория государства и права в схемах и определениях: учеб. пособие / Т. Радько. – М.: Проспект, 2011. – 135 с.
3. Чекмачев, Д.В. Правовая культура и демократические ценности в современном российском обществе / Д.В. Чекмачев // Закон и право. – 2007. – №07. – С.57.
4. Большой юридический словарь / А.В. Малько. – М.: Проспект, 2009. – 704 с.
5. Калуцкая, Е.К. Интегрированные уроки по истории и праву как одно из средств преодоления правового нигилизма / Е.К. Калуцкая // Преподавание истории в школе, 2009. – № 9. – С.12.
6. Кабакович, Г.А. Социальная проблема правового нигилизма молодёжи и пути её решения / Г.А. Кабакович, Г.Ш. Хамитова // Вестник Самарского муниципального института управления. – Самара: Самарская академия государственного и муниципального управления, 2011. – №1. – С.115-119.
7. Ромашов, Р.А. Правовая культура и правовой нигилизм в молодежной среде / Р.А. Ромашов // История государства и права. – 2006.– №2. – С.7.
8. Новые подходы и технологии в работе с молодежью.– М.: Фонд социального развития и охраны здоровья «Фокус-Медиа», 2010.–128с
9. Плешаков, В.А. Киберсоциализация как инновационный социально-педагогический феномен / В.А. Плешаков // Преподаватель XXI век, 2009. – № 3. – С. 32-39.
10. Медведев, Д.А. Россия вперед! [Электронный ресурс] / Д.А. Медведев. – URL: <http://www.kremlin.ru/news/5413> (дата обращения: 10.09.2009).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И БИЗНЕС-СТРУКТУР

А. Л. Киринос,

*студент кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

В. В. Рябенко,

*студентка кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель **О. А. Немченко,**
кандидат экономических наук,*

старший преподаватель кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ»

Рыночная экономика в современных условиях представляет собой механизм взаимодействия органов законодательной и исполнительной власти с бизнес-сообществом. Данное взаимодействие обеспечивается путем единства многообразия различных форм и направлений, создания непосредственно инфраструктуры экономической системы, обеспечения благоприятных условий эффективного функционирования экономики, размещения государственных и муниципальных заказов.

Взаимодействие государственной власти и бизнеса приобретает свою актуальность в период радикальных преобразований в социально-экономической сфере. Преобразования относятся к реформам экономической, политической и социальной жизни российского общества, акцентируя внимание на необходимости изменения властных

отношений в современном обществе, роли и месте властных структур в организации эффективных отношений с субъектами бизнеса[1].

Однако, в настоящее время, в российской экономике практика узаконенного взаимодействия и разрешения, возникающих перед властью и бизнесом проблем находится на этапе своего становления. Это в значительной мере сдерживает формирование эффективного взаимообусловленного механизма[2].

Отсутствие практической базы в осуществлении институциональных реформ, сопровождается отсутствием четкости и прозрачности исполнения правовых и законодательных норм.

На современном этапе развития рыночных отношений в работе муниципальных и региональных чиновников наступил тот период, когда взаимное сотрудничество, и обоюдная поддержка выгодна обеим сторонам.

На сегодняшний день Белгородский городской округ является передовым в области сближения органов власти всех уровней с представителями малого и среднего бизнеса. Но все же, развитие предпринимательства не может существовать без открытых и честных отношений между представителями бизнеса и власти, роль последней сводится не только к созданию внятной законодательной базы, но и обеспечению оптимального административного и правового климата для бизнеса[3].

Отношения власти и бизнеса должны формироваться на более высоком уровне сотрудничества. У каждого должна быть своя задача: у бизнеса - получать прибыль, платить налоги, создавать рабочие места. Задача государства - создать четкие и понятные правила игры для бизнеса, эффективно использовать те средства, которые получает бюджет в качестве налоговых платежей от предпринимателей.

Поскольку бизнес является источником общего богатства, государство должно способствовать развитию бизнеса, активнее поддерживать отечественного производителя. Однако встречается немало случаев, когда российские фирмы и иностранные компании, которые обладают несоизмеримо большими финансовыми возможностями, находятся у нас в стране в одинаковых условиях. На чьей стороне будет преимущество в такой конкуренции – сомневаться не приходится.

Принимаемые законы как федерального, так и регионального уровня часто трактуются неоднозначно. Различными подзаконными актами, ведомственными инструкциями зачастую выхолащивается сама суть принимаемых законов. В качестве примера можно привести абсолютно разную инвестиционную привлекательность различных субъектов РФ.

Существующая налоговая система для многих предпринимателей неприемлема. Она не дает развиваться предпринимательству, и «душит» его в самом начале развития. Из-за отсутствия нормальных для ведения бизнеса налогов предприятия не могут планировать свой бюджет. В качестве примера можно привести единый налог на вмененный доход. С 1 апреля 2005 года увеличилась базовая доходность по ЕНВД на 50%. Не каждый предприниматель сможет осуществлять свою деятельность дальше, так как при уже существующих налогах многие держатся на плаву. Необходимо устанавливать налоги на срок 3-5 лет, а не изменять налоговые ставки в любое удобное для власти время.

В ряде случаев устные консультации представителей налоговых органов приводят к совершению ошибок предпринимателями. В нашей области существует прямая линия по вопросам налогообложения. Предприниматель, задавая вопрос по телефону, получает неверный ответ, но он еще об этом не знает. О своей «ошибке», услышанной от неграмотного специалиста налоговой инспекции, он узнает через некоторое время, при проведении одной из проверок налоговыми органами, и тогда ему уже насчитают пени за нарушение законодательства и привлекут к налоговой ответственности.

В связи с этим, основная проблема заключается в необходимости совершенствования системы взаимодействия власти и представителей бизнес структур, малого и среднего бизнеса.

Все более актуальным для Белгородского региона является состояние и развитие предпринимательства. Для поддержки малого и среднего бизнеса создаются программы,

направленные, в первую очередь, на поддержку молодых предпринимателей, а также крупных бизнесменов, готовых к эффективному взаимодействию с местными органами власти.

Следует отметить, что на первый взгляд, имеют место все необходимые для эффективного взаимодействия власти и бизнеса элементы, представленные различными правовыми и административными структурами. К ним относятся государственные органы, специализирующиеся в той или иной степени на создании законодательной базы для МСП; общественные, некоммерческие организации, представляющие и отстаивающие интересы бизнеса; различные организации, комиссии и советы, где происходит диалог между представителями государственной власти и бизнеса. Однако серьезных изменений, как в количественной оценке появления малых предприятий, так и в качественном психологическом осознании предпринимателями позиции государства не происходит.

В связи с указанной проблемой, мы считаем целесообразным выделить следующие формы взаимодействия между властью и бизнесом:

1. Создание совместных некоммерческих организаций, способствующих установлению взаимопонимания между политиками и деловыми кругами. Подобный опыт уже функционирует на территории Великобритании, и там Industry and Parliament Trust, помогает представителям бизнеса лучше понять государственные проблемы и внести свой вклад в достижение позитивных перемен. Члены палаты Общин проводят 25-дневную стажировку в ведущих структурах бизнеса для более реального представления трудностей и перспектив экономики.

2. Внедрение на территории Белгородской области краткосрочной программы, рассчитанной на период до 3 лет, которая будет обеспечивать минимальный налоговый прессинг при максимальном взаимодействии с муниципальной властью.

3. Создание независимого совещательного органа на местном уровне, деятельность которого, будет направлена непосредственно на установление контакта с представителями малого и среднего бизнеса, а так же крупных корпораций.

4. Межрегиональное сотрудничество «Белгородская область в рамках малого предпринимательства», в которое будет входить реализация проектов взаимовыгодных для двух или более соседних регионов. (например, Воронежская, Курская и Харьковская области).

Таким образом, следует отметить, что предложенные формы взаимодействия, найдут свое отражение в существующих программах и проектах, и будут гармонично их дополнять. В связи с тем, что в настоящее время в Белгородском регионе существуют свои сложности в обеспечении комплекса мер по поддержке бизнеса, считаем целесообразным предположить, что большая роль должна отводиться региональным и муниципальным властям. Взаимодействие государства и частного бизнеса должно осуществляться на взаимовыгодной основе и носить долгосрочный характер.

Литература

1. Макеев, Д. Э. Управление экономическим воздействием местных органов власти и бизнеса / Д. Э. Макеев // Вестник Московской академии рынка труда и информационных технологий (Серия «Региональная экономика»). – 2011. – №18(40). – С. 43 – 29.

2. Макеев, Д. Э. Механизм взаимодействия власти и бизнеса в рыночной экономике. / Д. Э. Макеев // Новое в экономике и управлении. – 2011. – Выпуск 8. – С. 78 -82.

3. Перепелица Г.В. Совершенствование взаимодействия бизнеса и власти в современной экономике / Г.В. Перепелица // Российское предпринимательство. – 2006. – № 8 (80). – С. 28-32.

МОЛОДЕЖНАЯ НАУКА В УНИВЕРСИТЕТЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Э.А. Коновалова,

студентка юридического института ФГБОУ ВПО «СПбГУСЭ»

4 курс

Научный руководитель К.В. Хамаганова,

кандидат философских наук, доцент,

*доцент кафедры рекламы и связи с общественностью
ФГБОУ ВПО «СПбГУСЭ»*

Раскрытие творческого потенциала человека и создание комфортных условий для этого – залог успеха и мирового лидерства России. Построение инновационной экономики, повышение качества жизни, победа в глобальной конкуренции – все это невозможно без высокопрофессиональных, талантливых, ярких людей с активной жизненной позицией. Людей, предлагающих новый взгляд на проблемы, обладающих стратегическим мышлением и способностью выйти за рамки традиционных подходов, неся при этом энергию созидания, а не разрушения. Высшая школа является в этом смысле питомником взращивания таких людей.

Очевиден факт, что современные модели трудоустройства предполагают наличие у специалиста таких личных научных достижений, как:

- высокие результаты участия в конкурсах научных проектов;
- выигранные научные гранты;
- реализованные научные проекты;
- опубликованные научные работы.

Наличие указанных преимуществ определяется, несомненно, внедренной вузовской практикой, предполагающей научную преемственность в соответствии с современной моделью образования: специалист (бакалавр) – магистрант – аспирант - докторант. Такая система образования совершенствует политику приращения научных кадров, профессионально соответствующих современным требованиям науки, экономики и бизнеса. Таким образом, непрерывность научной деятельности, начинающейся со студенческой скамьи, станет основой социальной активности молодежи и экономического благополучия страны.

Снижение конкурентоспособности традиционных институтов образования, а также недостаточная интеграция науки и производства свидетельствуют о необходимости создания принципиально новых учреждений высшего образования. Сегодня традиционное образование как система получения знаний отстает от реальных потребностей современной науки и производства.

Запущенный механизм реализации подобных задач позволит говорить об инновационности системы высшего образования.

Инновационное образование предполагает обучение в процессе создания новых знаний – за счет интеграции фундаментальной науки, непосредственно учебного процесса и производства.

Система образования в инновационном вузе должна быть открыта современным научным исследованиям и современной экономике. В настоящее время наиболее успешными в плане обеспечения инновационного характера развития образовательной деятельности становятся такие высшие учебные заведения, в которых одновременно реализуются следующие три типа процессов:

- разработка студентами реальных проектов в различных секторах экономики;
- проведение исследований фундаментального и прикладного характера;
- использование образовательных технологий, обеспечивающих студентам возможность выбора учебных курсов.

Формирование инфраструктуры инновационного образования предусматривает следующее:

- разработку порядка получения вузами средств, аккумулированных в результате участия государства в региональных и отраслевых венчурных фондах;
- развитие центров трансфера технологий, создаваемых на базе государственных научных центров Российской Федерации, высших учебных заведений, институтов Российской академии наук и отраслевых институтов;
- реализацию многоуровневой системы подготовки, переподготовки, повышения квалификации и консультирования специалистов для инновационной деятельности в сфере образования, науки и промышленности;
- создание системы внебюджетных фондов федеральных органов исполнительной власти для поддержки научно-технической и инновационной деятельности.

В современном мире новое знание является основным ресурсом, влияющим на уровень развития экономики и общества в целом, поэтому развитие образовательной и научной инфраструктуры, привлечение студентов к научному поиску представляется одним из наиболее важных способов, влияющих на развитие личностных качеств. Их развитие необходимо выпускникам вузов для наиболее успешной их социализации в обществе. Таким образом, привлечение студентов к научно-исследовательской работе помогает достичь органичного единства в обучении, в подготовке их к творческой деятельности, способствует самореализации, раскрытию и развитию индивидуальных способностей учащихся [1].

Важным фактором является повышение результативности и массовости участия студентов в научно-исследовательской работе. Талантливая и одаренная студенческая молодежь в дальнейшем сможет обучаться в магистратуре и аспирантуре, повысить уровень собственной конкурентоспособности.

Студенческое научное общество (СНО) играет важную роль в формировании научно-исследовательской среды и является подразделением вуза, отвечающим за научную деятельность студентов и за реализацию их исследовательского потенциала.

Цель деятельности СНО – развитие творческих научных способностей студентов и навыков научно-исследовательской деятельности.

Активная организация и участие в конгрессной деятельности, проведение научно-исследовательских конкурсов работ студентов, бакалавров и аспирантов способствуют становлению университета как научно-исследовательской базы.

Основными задачами СНО являются:

- повышение качества подготовки специалистов на основе активизации творческой научной деятельности студентов;
- оптимизация учебного процесса путем разработки и внедрения научных проектов, современных образовательных технологий;
- информационно - аналитическое обеспечение научной деятельности студентов;
- содействие сотрудничеству СНО Университета с другими научными сообществами, бизнес - структурами;
- содействие участию студентов в работе над госбюджетными и хозрасчетными научными проектами;
- организация и проведение учебно-исследовательских и научно-исследовательских мероприятий.

Научно - исследовательская работа дает современному студенту ряд широких возможностей.

Во-первых, научная деятельность помогает не только углубленно изучить определенную научную тематику, разработать проблему, но и предоставляет студенту – будущему специалисту - возможность сформировать и развить в себе систему навыков научного творчества и, прежде всего, умения постановки целей, задач, выявления проблем и оптимизации способов их решения. Приобретая навыки ведения научной деятельности,

студенты структурируют не только свои знания, но и сам процесс генерации идей и новых решений. Поэтому научная составляющая подготовки студентов является не только средством повышения эффективности освоения студентом теоретического и практического материала, но и способом развития системного мышления.

Во-вторых, занимаясь наукой, студенты имеют возможность участвовать во внутривузовских, межвузовских, региональных, общероссийских и международных научных мероприятиях, включая конференции, конкурсы, олимпиады и представительские мероприятия различного формата, приобретая, тем самым, новые знания и ценный опыт. В конечном итоге, это способствует органичному и всестороннему развитию личности человека - будущего специалиста.

В-третьих, самостоятельное ведение научных исследований и организация научно-исследовательской работы способствуют выработке у студенческой молодежи навыков публичного выступления, что является важным фактором построения современного коммуникационного процесса.

Еще одним преимуществом научной деятельности является тот факт, что студенческая научно-исследовательская работа, как правило, перерастает в дипломную работу или кандидатскую диссертацию [2].

Наукой занимаются не ради оценки, а чаще всего – из интереса. Самостоятельное научное исследование – это индивидуальная точка зрения на научную проблему, в том числе в рамках учебного процесса.

Участие в научной жизни университета и города позволяет студенту донести свое мнение, свои разработки, идеи до большего числа людей, а также реализовать свои научные проекты.

Результатом научной работы студентов является не только возможный вклад в развитие какой-либо научной отрасли, но и собственное будущее. Кроме знаний, научная работа дает студентам и возможность «личного продвижения»: разработанные проекты определяют возможность участия в различных конкурсных мероприятиях, выигрывать именные стипендии и гранты.

Научная работа приносит не только моральное удовлетворение, но и материальное поощрение – иногда чисто символическое, а иногда – позволяющее кардинально изменить свою жизнь.

Привлекать, развивать и стимулировать творческий и научный потенциал молодых специалистов – первейшая задача высшего учебного заведения, так как несомненно, что интеллект и квалификация молодых ученых является гарантией развития и процветания науки, и как следствие вуза и государства в целом [3].

Именно поэтому важно сформировать привлекательное научное пространство для реализации амбиций молодежной науки. Залогом успешного функционирования студенческих научных обществ являются:

- привлечение особого внимания к данному подразделению со стороны руководства вуза;
- стимулирование профессорско-преподавательского состава к организации научно-исследовательской работы студентов;
- стимулирование научно-исследовательской работы студентов, магистрантов и аспирантов;
- многообразие форм научно-исследовательских работ молодых ученых;
- внедрение инновационных подходов в процесс научного исследования;
- успешная информационная политика вуза;
- практическая направленность студенческой научной работы (в т.ч. организация процесса интеграции образования, науки и бизнеса).

Современная Россия стремится к полному участию в едином европейском научно-образовательном пространстве, к формированию своей национальной инновационной системы, и качество образования, которое дается в вузах влияет на степень приобщения студентов к занятиям научно-исследовательской деятельностью.

Образованность в наши дни – это не только знания, это еще и обладание разнообразными способностями системного характера, и в первую очередь – умение вести исследовательскую работу. Стремление к достижению необходимой степени образованности обуславливает существование студенческих научных объединений в вузах.

В то же время в научно-исследовательскую деятельность вовлечены все члены высшего учебного заведения, независимо от своего статуса – это студенты, аспиранты, молодые ученые, профессорско-преподавательский состав, можно сказать, что это – деятельность по производству научных знаний, а субъектом ее выступает молодежь, проходящая обучение в вузе.

Студенты, принимающие участие в работе по исследованию в рамках основных научных направлений вуза, получают более фундаментальное образование и нарабатывают способность работать самостоятельно, учиться и при необходимости самостоятельно переучиваться.

Так достигается возможность реализации задач по формированию личности, привитию способности работать в команде, к проектному мышлению, коммуникативной компетенции, толерантности, способность к самообучению, а это в свою очередь приводит к профессиональному, личностному и карьерному росту молодежи.

Литература

1. Письмо Минобрнауки РФ от 14.07.2003 № 15 51-68/15-01-15. Рекомендации по развитию студенческого самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <http://www.studorg.ru/laws/25> (дата обращения: 29.09.2013).
2. Пешина, Э.В., Кузьмин, Е.А. Методические рекомендации по организации научно-исследовательской работы студентов. – Екатеринбург, 2010.
3. Сафонов, А.А. Основы научных исследований. Учебное пособие [Электронный ресурс]. URL: http://abc.vvsu.ru/Books/u_osnovy_nis/default.asp (дата обращения: 13.09.2013).

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ НА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СТУДЕНТОВ ВУЗА

Е.И. Купавцева,

*студентка кафедры профессионального обучения и
социально-педагогических дисциплин БелГСХА им. В.Я. Горина,
4 курс*

О.А. Гордилова,
*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры профессионального обучения и
социально-педагогических дисциплин
БелГСХА им. В.Я. Горина*

Понятие инновационных технологий обучения еще не устоялось в педагогической теории и практике. Инновационные технологии обучения опираются на новейшие данные современной психологии, на познанные закономерности развития человека в информационном обществе. Инновация в обучении – это «введение нового в цели, содержание, методы и формы обучения и воспитания, в организацию совместной деятельности педагога и учащихся; изменения в стиле мышления» [1], «создание нового содержания либо отдельного курса, либо блока курсов (например, экологических или гуманитарных); либо отработка новых способов структурирования образовательного процесса; либо разработка новых технологий, новых форм и методов обучения» [2]. К технологиям активного обучения в высшей школе относят проблемное обучение,

модульное обучение, контекстное обучение, игровое обучение. Однако в XXI веке образовательные учреждения высшего профессионального образования (ВПО) сталкиваются с парадоксальными проблемами: понижением общего культурного уровня выпускников вуза, недостаточной мотивацией студентов к исследовательской работе, отсутствием системы выявления и поддержки одаренных студентов, способных к научной деятельности, формализацией процесса обучения, в котором преподавание сводится к эклектике и компиляции идей. Налицо противоречие между потребностью общества и высшего профессионального образования в сохранении и воспроизводстве интеллектуального капитала и отсутствием эффективных технологий обучения, направленных на формирование интеллектуального потенциала студенческой молодежи. Актуальность и недостаточная разработанность этой проблемы в педагогической науке определили выбор темы исследования. Цель нашего исследования состоит в выявлении связи между использованием технологий обучения и интеллектуальным развитием студентов посредством изучения опыта применения инновационных технологий и экспериментальной проверки эффективности влияния инновационных технологий на интеллектуальное развитие студентов.

Под интеллектуальным развитием студентов в вузе понимается совершенствование логического, абстрактного, творческого мышления студента и способности его практического использования, решения субъект-объектных и субъект-субъектных задач посредством целенаправленного использования инновационных технологий, как в процессе обучения, так и во внеучебном процессе. Интеллектуальное развитие студенческой молодежи рассматривается не только как средство приращения интеллектуального потенциала страны и региона, но и как форма саморазвития и самореализации личности молодого человека.

В системе высшего профессионального образования в настоящее время реализуется компетентностный подход, при котором происходит замена освоения безличного и несвязанного с практикой знания на формирование готовности личности применять их для решения практических задач. В свою очередь, ориентация высшего образования на конечный результат профессионального обучения активизирует необходимость разработки и применения инновационных технологий обучения (проектного, концентрированного, проблемного), поскольку они являются средством формирования общего и социального интеллекта студентов.

Современный подход к профессиональному обучению в ФГБОУ ВПО «Белгородская сельскохозяйственная академия имени В.Я. Горина» характеризуется внедрением в учебно-воспитательный процесс инноваций, когда на первый план выдвигаются диалогические методы общения, совместный поиск истины, интеллектуальное развитие студентов через создание воспитывающих и производственных ситуаций, разнообразную творческую деятельность. Одним из направлений интеллектуального развития студентов в БелГСХА является внедрение инновационных технологий обучения, поскольку новые технологии в процессе обучения используются недостаточно эффективно. В ходе нашего исследования проблем в использовании информационных технологий в БелГСХА были опрошены 24 респондента из числа преподавателей экономического факультета, которые в качестве основной проблемы использования информационных технологий назвали отсутствие методического обеспечения, на втором месте оказались трудности, связанные с доступом к компьютерной технике, на третьем - неурегулированность вопросов расписания учебных занятий в аудиториях, оснащенных компьютерами, на четвертом – формальное копирование студентами учебной и научной информации. Наряду с проблемами использования преподавателями информационных технологий в процессе преподавания, были выявлены трудности изучения студентами учебного материала с помощью информационных технологий студентами. В ходе опроса 40 студентов 4 курса экономического факультета большинство респондентов отметило проблему доступности

компьютерной техники, в частности, выхода в Интернет (52,5%). Информационную перегрузку, снижающую качество мышления, выделил примерно каждый третий опрошиваемый (32,5%). 17,5% студентов считают, что использованию информационных технологий по назначению мешает интернет-зависимость.

Для подтверждения гипотезы влияния инновационных технологий на интеллектуальное развитие студентов были выделены две группы студентов 4 курса экономического факультета. В экспериментальной группе все преподаватели по своим дисциплинам использовали инновационные технологии, в контрольной - практически не использовали. Инструментарий преподавания учебных дисциплин в экспериментальной группе включал активные методы обучения: ролевые игры и метод «мозгового штурма», которые раскрывают поисковые и креативные способности студентов; учебное моделирование научного исследования, направленное на превращение теоретических знания в средство творческого осознания среды; проектную деятельность, при которой студенты не только разрабатывают собственный проект, но и отстаивают, аргументируют свою позицию, ведут дискуссию с оппонентами; метод анализа конкретных ситуаций (case-study), благодаря которому формируется способность предвидения и выбора оптимального варианта. Как отмечает М.С. Сакович, преподаватель Московского государственного педагогического университета, обобщая опыт использования инновационных технологий, студенты осознают себя творцами и ощущают индивидуальную ответственность за результаты учебного труда [3].

С целью выявления связи между использованием в учебном процессе инновационных технологий и уровня интеллектуальных умений студентов нами были использованы тесты разных типов: проверка развития умственных способностей с помощью тестовых заданий на нахождение соответствий, классификаций и других операций в вербальной, невербальной и числовой форме. Кроме этого, применяли тест Е. Торренса для оценки уровня развития творческого потенциала личности. В основе анализа результатов тестирования лежали следующие параметры: какой из тестов оказался для студентов наиболее успешным; как эти результаты связаны с использованием в процессе их обучения инновационных технологий; есть ли зависимость между коэффициентом IQ и творческим потенциалом студентов в группах, где интенсивно применяются инновационные технологии обучения. Мы предполагали, что на уровень развития мыслительных способностей оказывает влияние интенсивное использование в учебном процессе инновационных технологий обучения.

В группе, где преподаватели интенсивно используют интерактивные технологии, студенты выполнили все тесты, при этом вербальные способности развиты у 85,8%, невербальные - 92%; числовые-78,6%. Необходимо отметить, что эта группа студентов имеет высокие интеллектуальные способности, их IQ составил 145 – 160 баллов. В контрольной группе более успешно студенты выполнили тест на определение невербальных способностей 82% испытуемых. Тест на определение вербальных способностей вызвал затруднения у 68% студентов экспериментальной группы. Определить закономерности числовых рядов, декодировать числовую информацию сумели 45% студентов. С помощью теста на определение творческих способностей Е. Торренса было выявлено, что студенты-отличники в меньшей степени способны к творческой инициативе, оригинальности видения и мышления, что связано с их привычкой действовать по шаблону и неспособностью мыслить творчески.

Таким образом, результаты диагностики подтвердили предположение об инновационных технологиях обучения как эффективном факторе интеллектуального развития студентов. В группе, где интенсивно используются новые технологии обучения, значительно выше уровень мыслительных умений и качеств личности каждого испытуемого. Результаты исследования также позволяют утверждать, что влияние инновационных технологий в процессе обучения на развитие мыслительных способностей студентов достаточно велико и внедрение таких технологий способствует формированию интеллектуального потенциала студенческой молодежи и интеллектуального потенциала региона в целом.

Проведенное исследование, на наш взгляд, подтвердило существование проблемы обучения и развития, которую современные психологи видят во «взаимозависимости целенаправленных внешних (искусственных) воздействий и спонтанных органических изменений в становлении психологических структур и способностей человека» [4]. Инновационные технологии обучения выступают средством интеллектуального развития студенческой молодежи, поэтому для внедрения инновационных технологий в процесс профессионального обучения нами разработаны ряд рекомендаций для руководства образовательными учреждениями в нашем регионе: 1) необходимо модернизировать традиционные технологии обучения и материальную базу обучения, способствующих формированию инновационного мышления будущего профессионала; 2) изменять отношение преподавателей к педагогическим инновациям, поощряя тех преподавателей, которые занимаются исследовательской работой и вовлекают в нее студентов; 3) создавать в структуре образовательных учреждений ВПО новые структуры, способствующие освоению педагогических новшеств: психолого-педагогические лаборатории, экспериментальные группы; 4) утверждать в отношениях «преподаватель – студент» и «преподаватель – преподаватель» дух сотрудничества и творчества. Их реализация повысит качество интеллектуального потенциала специалистов сельского хозяйства Белгородской области.

Литература

1. Педагогика. Современная энциклопедия / Е. С. Рапацевич; под общ. ред. А. П. Астахова Е. С. Рапацевич. – Минск : Современная школа, 2010. – 720 с.
2. Лаврентьев, Г. В. Инновационные обучающие технологии в профессиональной подготовке специалистов / Г. В. Лаврентьев, Н. Б. Лаврентьева. Барнаул: Издательство Алтайского государственного университета, 2002. – 146 с. .
3. Сакович, С. М. Инновационные технологии и методы обучения в профессиональном образовании [Электронный ресурс]. URL <http://www.mai.ru/events/sfiro/articles/sec1/sakovich> (дата обращения: 18.10.2013).
3. Слободчиков, В. И. Основы психологической антропологии. Психология развития человека: Развитие субъективной реальности в онтогенезе: Учебное пособие для вузов / В. И. Слободчиков, Исаев Е. И. – М.: Школьная пресса, 2000. – 416 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ ПЕДАГОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Л. В. Локтионова,

*студентка кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин
ФБГОУ ВПО «БелГСХА имени В. Я. Горина»,
3 курс*

*Научный руководитель **О. А. Гордилова,**
кандидат социальных наук, доцент,
доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин
ФБГОУ ВПО «БелГСХА имени В. Я. Горина»*

XXI век ознаменован тотальной информатизацией общества, которая пронизывает все сферы его жизнедеятельности и проявляется в доминировании такого вида деятельности, как сбор, накопление, продуцирование, обработка, хранение, передача и использование информации, посредством современных средств микропроцессорной техники, а также на базе разнообразных средств информационного обмена (коммуникации). В этих условиях информационно-коммуникационные технологии становятся решающим средством развития

человеческого потенциала, а в системе образования – инструментом формирования коммуникативной и социальной компетентности будущих специалистов. Потребности профессионального образования в эффективном использовании информационно-коммуникационных технологий и недостаточная изученность данного вопроса применительно к подготовке педагогов профессионального обучения обуславливают актуальность темы нашего исследования. Целью нашего исследования является выявление сущности, направлений в использовании информационно-коммуникационных технологий в профессиональном обучении будущих педагогов, выявление положительных и отрицательных стороны их внедрения в процесс обучения.

Происходящие перемены в системе российского образования – переход на двухуровневую систему, формирование системы непрерывного профессионального образования, реализация нового федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» и Федеральных государственных стандартов третьего поколения – обуславливают перемены в процессе обучения на всех ступенях образования. Одним из основных новообразований является использование информационных технологий в обучении, которые представляют собой преподавание учебных дисциплин с помощью соответствующего программного обеспечения и компьютерных программ. Использование информационных технологий в процессе преподавания позволяет внести существенные изменения в структуру и организацию учебного процесса, повысить эффективность и качество обучения, активизировать мотивацию познавательной деятельности учащихся и студентов.

Возможности использования Интернета в образовании изучаются коллективом исследователей под руководством Е. С. Полат [1]. Ими выявлены дидактические свойства этой сети, которые разбиты на подклассы; даны подробные методические рекомендации по использованию Интернета. При реализации данного подхода большое внимание уделяется проблеме формирования культуры сетевого общения как неотъемлемой составной части общей культуры поведения. Раскрывая содержание информационных технологий, следует акцентировать внимание на их сущности как одном из специальных средств организации взаимодействия обучающей деятельности преподавателя и когнитивной деятельности учащихся, направлениях, формах и проблемах их использования.

К средствам информационно-коммуникационных технологий можно отнести базы данных из Интернета, электронные учебные пособия, справочники и словари, дидактические материалы, видеолекции, презентации, программы, автоматизирующие контроль знаний (тесты, зачеты, опросники, подготовленные с помощью языков программирования, MS Excel, MS PowerPoint), форумы для общения. По мнению автора И. В. Дробышевой, «информационно-коммуникативная технология – это педагогическая технология, использующая специальные программные и технические средства для доступа к различным информационным источникам (электронным, печатным, инструментальным, людским) и инструментам совместной деятельности, направленные на получение конкретного результата» [2]. В настоящее время оформились следующие направления использования информационных технологий в образовании: разработка и внедрение компьютерных программ и обучающих систем, системы на базе мультимедиа-технологии, построенные с применением видеотехники, накопителей на CD-ROM; разработка и внедрение интеллектуальных обучающих экспертных систем, создание информационных сред на основе баз данных и баз знаний; телекоммуникационные системы, реализующие электронную почту, телеконференции и позволяющие осуществить выход в мировые коммуникационные сети. Также получают развитие электронные настольные типографии; электронные библиотеки, позволяющие реализовать доступ учащихся к мировым информационным ресурсам [3].

Новые возможности, связанные с внедрением современных информационных технологий в образовании, можно проиллюстрировать на примере мультимедиа-технологий. Мультимедиа-технология – это совокупность аппаратных и программных средств, которые обеспечивают восприятие информации в наиболее привычных формах: аудиоинформации

(звуковой), видеоинформации, анимации (оживления). Преподаватель разрабатывает необходимое количество слайдов, дополняя информацию на них звуковым сопровождением. В процессе лекции эпизодически он представляет информацию на слайде в качестве иллюстрации. Преимуществами такой технологии являются экономия времени, сосредоточение внимания на наиболее важных моментах, эмоциональная окраска.

Особого внимания заслуживают системы дистанционного обучения, которые становятся особенно актуальными для отдаленных регионов, для людей с малой подвижностью, а также при самообразовании и самостоятельной работе учащихся. Проблемой внедрения и использования дистанционного обучения как формы информационной образовательной технологии (ИОТ) являются значительные финансовые затраты и необходимость существенных бюджетных ассигнований в эту область. Реализация дистанционного обучения способствует развитию субъектных качеств, в частности, самостоятельности обучаемых. Основные достоинства такого обучения: низкая себестоимость, большая пропускная способность и интеграция в мировое образовательное пространство.

Значительное распространение в процессе профессиональной подготовки педагогов профессионального образования получил Интернет. Использование ресурсов Интернета простирается от самостоятельной работы до дистанционного образования, круг пользователей включает и учащихся, и преподавателей. Самостоятельная работа студентов в Интернете используется для поиска актуальных, проблемных, дискуссионных материалов, изучения новейших нормативных документов. В связи с этим стоит отметить преимущества и недостатки такого способа преподавания. Основное преимущество современных информационных технологий состоит в их наглядности, возможности использования комбинированных форм представления информации - данные, стереозвучание, графическое изображение, анимация, обработка и хранение больших объемов информации, доступ к мировым информационным ресурсам. Положительной стороной использования информационных технологий в обучении является повышение качества обучения за счет большей адаптации обучаемого к учебному материалу с учетом собственных возможностей и способностей; возможности выбора более подходящего для обучаемого метода усвоения предмета; регулирования интенсивности обучения на различных этапах учебного процесса; самоконтроля; доступа к образовательным ресурсам российского и мирового уровня. Кроме этого, образная наглядная форма представления изучаемого материала и модульный принцип построения, позволяющего тиражировать составные части информационной технологии, развитие самостоятельного обучения с использованием технологий способствуют повышению эффективности и качества профессионального обучения. Отрицательными последствиями использования информационных технологий в профессиональном обучении являются следующие: 1) психобиологические, влияющие на физическое и психологическое состояние учащегося, и, в том числе, формирующие мировоззрение, чуждое национальным интересам страны; 2) культурные, угрожающие самобытности обучаемых; 3) социально-экономические, создающие неравные возможности получения качественного образования; 4) политические, способствующие разрушению гражданского общества в национальных государствах; 4) этические и правовые, приводящие к бесконтрольному копированию и использованию чужой интеллектуальной собственности.

В этих условиях использование информационно-коммуникационных технологий должно быть управляемым, поэтому при использовании компьютерных технологий следует руководствоваться следующими дидактическими требованиями: целесообразность представления учебного материала, достаточность, наглядность, полнота, современность и структурированность учебного материала. Следует соблюдать «многослойность» представления учебного материала по уровню сложности, необходимо следить за своевременностью и полнотой контрольных вопросов и тестов, протоколированием действий во время работы. При использовании данных технологий важно учитывать интерактивность, возможность выбора режима работы с учебным материалом; выделять в каждом предмете основной, инвариантной и вариативной частей, которые могут корректироваться.

Применение информационных технологий в образовании во многом определяется способностью современных педагогов применять знания и умения организации учебной деятельности с помощью специальных средств, профессиональной компетентностью в своей технологической и проектировочной деятельности. В ФГОС ВПО по направлению подготовки «Профессиональное обучение» особо выделяется такая компетентность, как готовность к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих (специалистов) (ПК-27) [4]. Представляется, что будущим специалистам в области профессионального обучения недостаточно изучать курс информатики, а необходимо формировать компетенцию разрабатывать информационные технологии по преподаваемому в будущем своему учебному предмету. Педагог профессионального обучения - это личность, которая по содержанию своей профессиональной деятельности обязана обладать большим набором качеств: умением проектировать учебный процесс, использовать информационные и коммуникационные технологии обучения, реализовывать педагогическую рефлексию, т.е. решать творческие, проблемные задачи профессионально-педагогической деятельности, использовать инновационные системы обучения.

Использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной подготовке будущих педагогов профессионального обучения позволяет подготовить личность к постоянному учению, которое постоянно сопровождает профессиональную деятельность. С этой позиции данные технологии направлены на достижение главной цели профессионального обучения и образования – формирование и развитие креативности как основополагающего качества личности будущего специалиста, способного самостоятельно создавать новые способы и виды деятельности, видеть новые грани своей профессии.

Для подтверждения необходимости использования ИКТ по подготовке квалифицированных специалистов в области профессионального обучения можно привести результаты опроса педагогов на портале «Сеть творческих учителей», созданном для педагогов, которые интересуются возможностями улучшения качества обучения с помощью применения информационных и коммуникационных технологий. В опросе приняли участие 11792 педагога [5]. Респондентам был задан вопрос: «Что, на ваш взгляд, станет основным средством обучения в нашей стране к 2020 году?» Результаты опроса показали, что 33,16% опрошенных считают, основным средством обучения будущего - мобильные компьютеры (ноутбуки или КПК) и ИКТ; 26,09% - отметили за мел и доску; 20,37% - за настольный компьютер и проектор; 18,58% - за новое средство, которое пока еще не изобретено и 1,80% - затрудняются ответить. Как видно, мнения разделились, но лидером выступает ИКТ как основное средство обучения будущего. Второе место упорно занимают мел и доска, но это только из-за новизны и больших затрат на новое оборудование. На данном этапе можно сделать вывод, что педагоги с каждым годом все более активно используют ИКТ в своей практической деятельности. В заключение важно подчеркнуть, что новые технологии не смогут заменить учащемуся живого диалога с преподавателем, только такое взаимодействие может сделать образовательный процесс эффективным. Таким образом, эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в процессе подготовки педагогов профессионального образования определяется основными факторами, к которым относятся доступность компьютерной техники; информационная и технологическая компетентность преподавателей; адекватная информационная нагрузка; создание дополнительных возможностей (доступ к большому объему учебной информации, образная наглядная форма представления изучаемого материала), соблюдение дидактических требований.

Литература

1. Полат, Е. С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, М. В. Моисеева, А. Е. Петров. – М.: Издательство: Академия, 2002. – 272 с.
2. Дробышева, И.В. Информатизация образования – 2007. [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/resource/003/56003> (дата обращения 28.10.2013).

3. Технологии профессионального обучения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н. А. Морева. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 432с.

4. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 051000 Профессиональное обучение (по отраслям) (квалификация (степень) выпускника – бакалавр). Приказ Минобрнауки России от 22 декабря 2009 г. N 781. [Электронный ресурс]. URL: <http://минобрнауки.рф/> (дата обращения 28.10.2013).

5. Сеть творческих учителей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.it-n.ru/> (дата обращения 28.10.2013).

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОДНО ИЗ ПРЕИМУЩЕСТВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

О.В. Лось,

*студент кафедры менеджмента и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «БрГУ» (г. Братск),
4 курс*

*Научный руководитель М.Ю. Вахрушева,
кандидат физико-математических наук, доцент,
ФГБОУ ВПО «БрГУ» (г. Братск)*

В современном мире информация является одним из ценнейших ресурсов общества. По важности ее можно сравнить с такими традиционными материальными видами ресурсов, как нефть, газ, полезные ископаемые, а значит, процесс ее переработки по аналогии с процессами переработки материальных ресурсов можно воспринимать как технологию.

Исходя из сказанного выше, информационные технологии можно рассматривать как процесс, использующий совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления.

Развитие общества в XXI веке характеризуется огромным влиянием на него компьютерных технологий. Сегодня компьютерные системы находят свое применение в самых разных областях человеческой деятельности. Информационные технологии используются в медицине, торговле, банковском деле, авиации, образовании и других областях. Совокупность информационных ресурсов и инфраструктур, которые составляют государственные и межгосударственные компьютерные сети, телекоммуникационные системы и сети общего пользования, иные трансграничные каналы передачи информации образуют глобальное информационное пространство [1]. Другими словами, под глобальным информационным пространством подразумеваются банки данных и технические способы передачи информации: «как вода состоит из отдельных молекул, так и информации существует в виде электрических импульсов» [1].

В то же время в современном мире главной движущей силой стабильного развития цивилизации является человеческий потенциал. А что же такое человеческий потенциал? Это умение ставить и достигать рекордные цели, это готовность к современным формам мобильности, это мышление во всех направлениях человеческой деятельности. Это совокупность физических и духовных сил человека, которые могут быть использованы в интересах самого человека, общества и государства. Это совокупность основополагающих прав, способностей и возможностей индивида, уровень развития и реализации которых повышает (или снижает) продуктивность жизнедеятельности общества.

Таким образом, человеческий потенциал – совокупность возможностей отдельных лиц, общества, государства в целом в области использования людских ресурсов, которые

могут быть приведены в действие и использованы для решения определенных задач и достижения поставленных целей.

Так как обычные люди используют лишь незначительную часть своего положительного потенциала, очевидной становится важность его развития. Возникает вопрос: способствуют ли информационные технологии развитию человеческого потенциала?

Несомненно, информационные технологии играют далеко не последнюю роль в развитии человеческого потенциала.

Абрахам Маслоу, американский психолог и основатель гуманистической психологии, создал модель иерархии потребностей человека. Рассмотрим некоторые потребности человека, представленные в пирамиде потребностей (рис. 1), во взаимодействии с информационными технологиями.

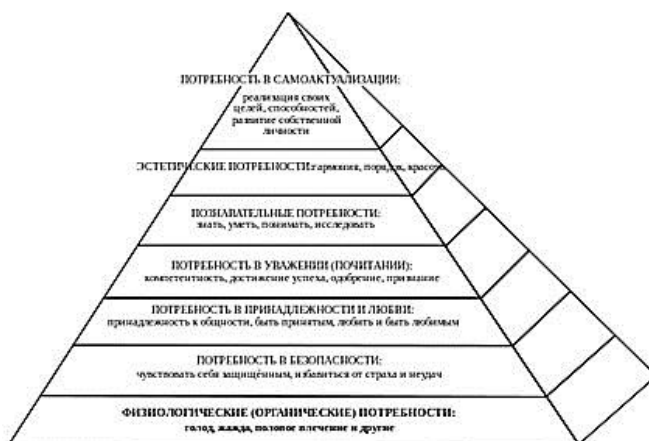


Рис. 1. Модель иерархии потребностей человека по А. Маслоу

Используя информационные технологии, человек может достигнуть определенной цели. Это может быть не только поиск конкретной информации, контакты и взаимодействие с определенным человеком, но и организация работы какого-либо подразделения и т.д.

При этом может использоваться сеть передачи данных, электронная почта, глобальная сеть Интернет, поисковые машины, различные информационные системы.

Кроме этого, используя информационные технологии, человек удовлетворяет свою тягу к получению новых знаний, которая может иметь различные характеристики в зависимости от направленности познавательного интереса пользователя. Человек использует сеть Интернет, читает электронные книги, узнает новости.

Каждому человеку необходимо общение. Люди ищут новые знакомства, общаются с людьми с близкими интересами, обмениваются мнениями.

Также присутствует и некий социальный мотив, который заключается в выражении социальной сущности деятельности и личности человека.

Человек ощущает потребность в принадлежности к определенной группе, принятии ее ценностей и следования им, человек стремится занимать собственное место в группе. Для этого он использует электронную почту, форумы, социальные сети, видеоконференции.

Одной из потребностей человека является потребность в самоутверждении. Она основана на самооценке личности, мотивации достижения целей и других причинах. Человеку важно доказывать себе и другим собственную состоятельность, ценность. Самоутверждение может осуществляться в различных видах деятельности в зависимости от личностных ценностей.

Значительная часть пользователей осознает влияние работы в Интернете на собственную личность и деятельность. Это влияние касается развития познавательных возможностей, игровой деятельности, особенностей общения, формирования интересов

личности. Данный мотив имеет выраженный творческий компонент. Работа в Интернете дает человеку возможность проявить свои творческие способности, например, создание новых программных продуктов, высказываний в телеконференциях и другое. Позволяет человеку реализовать свои творческие возможности, получить оценку своего творчества со стороны значимых и компетентных экспертов.

Таким образом, человек удовлетворяет потребность в самореализации, используя информационные технологии.

Человеческий потенциал играет немаловажную роль и в успешной работе любой организации. В каждой фирме есть такие люди, которые представляют определенную ценность для фирмы. Чем же они отличаются от других сотрудников? Речь идет в первую очередь о талантливых людях. Но мало быть талантливым человеком, необходимо развивать и уметь применять свои способности.

Современная жизнь немыслима без эффективного управления, как, например, в бизнесе, так и в образовательном учреждении. На сегодняшний день в ФГБОУ ВПО «БрГУ» обучается около 7 тысяч студентов. О каждом студенте в университете хранится информация о прибытии в университет, о специальности или направлении подготовки, форме и основе обучения и другие сведения.

Эта информация обрабатывается учебно-методическим отделом ФГБОУ ВПО «БрГУ». По ней создаются отчеты, осуществляется контроль движения контингента. Отчеты создаются с целью предоставления информации в Министерство образования и науки Российской Федерации и Иркутской области, формирования государственного задания, с целью отчета о выполнении государственного задания, предоставления сведений о выпускниках в ОГКУ Центр занятости населения города Братска.

Для того, чтобы работа с информацией была эффективной, эта информация должна храниться в электронном виде в базе данных. База данных - объективная форма представления и организации совокупности данных (статей, расчетов и так далее), систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью электронной вычислительной машины (ЭВМ) [2].

Решением поставленной проблемы может служить создание такой информационной системы, которая будет включать базу данных и интерфейса пользователя. Использование этой информационной системы сделает работу с информацией более эффективной: обеспечит оперативное получение отчетов, позволит легко отслеживать динамику некоторых показателей (например, количество студентов, проживающих в общежитии), обеспечит получение информации без существенных задержек, позволит осуществлять своевременный контроль движения контингента.

В базе данных отражается информация об определенной предметной области. Предметной областью называется часть реального мира, представляющая интерес для данного исследования [3]. В данной работе объектом исследования является учебно-методическое управление вуза, а предметом – процесс обработки основных потоков данных движения контингента.

Концептуальное проектирование является центральной частью, ядром всего процесса проектирования баз данных.

В построении общей концептуальной модели данных выделяют ряд этапов: выделение локальных представлений, формулирование сущностей и описание атрибутов, составляющих структуру каждой сущности, выделение ключевых атрибутов; анализ и добавление неключевых атрибутов, объединение локальных представлений [4].

В результате выполнения выше перечисленных этапов построения концептуальной модели было сформулировано 14 сущностей с описанием ключевых и неключевых атрибутов, были выявлены связи между сущностями, связи, являющиеся избыточными,

были удалены. Таким образом, была получена концептуальная модель разрабатываемой базы данных.

Запросы в базе данных создаются на языке запросов SQL. SQL - универсальный компьютерный язык, применяемый для создания, модификации и управления данными в реляционных базах данных. SQL является, прежде всего, информационно-логическим языком, предназначенным для описания, изменения и извлечения данных, хранимых в реляционных базах данных. SQL не является языком программирования.

Так как программирование баз данных является одним из наиболее приоритетных и востребованных направлений в сфере разработки программного обеспечения, для удобства использования базы данных (БД) программистами разрабатываются приложения с пользовательским интерфейсом. Пользовательский интерфейс является неотъемлемой частью любой программы и имеет важное значение. По интерфейсу пользователь, работающий с программой, оценивает ее в целом.

В результате выполнения этапов построения концептуальной модели было сформулировано 14 сущностей с описанием ключевых и неключевых атрибутов, были выявлены связи между сущностями, связи, являющиеся избыточными, были удалены. Таким образом, была получена концептуальная модель анализируемой предметной области.

Сейчас данное программное обеспечение находится на стадии разработки интерфейса пользователя.

Очевидно, что для реализации данного проекта необходимо обладать определенными знаниями и навыками. За счет использования среды программирования повышаются навыки создания приложений, необходимых университету (в данном примере). В дальнейшем эти навыки могут быть использованы при разработке информационных систем коммерческой фирмы или другого предприятия.

Как известно, высокая эффективность деятельности профессионалов в организации достигается созданием рационального управления их возможностями. В данном случае, рациональное управление обеспечивается внедрением полученной информационной системы, которая сделает работу с информацией более эффективной: обеспечит оперативное получение отчетов, позволит легко отслеживать динамику некоторых показателей, обеспечит получение информации без существенных задержек, позволит осуществлять своевременный контроль движения контингента, и, следовательно, повысит эффективность деятельности сотрудников учебно-методического управления.

Литература

1. Дрешер, Ю.Н. Организация информационного производства / Ю.Н. Дрешер. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 248 с .
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации: Ч.4. // ФЗ РФ . - №230 от 18.12.2006
3. Диго, С.М. Базы данных. Проектирование и создание: учебно-методический комплекс / С.М. Диго. – М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. – 171 с.
4. Бураков, П.В. Введение в системы баз данных: Учебное пособие / П.В. Бураков, В.Ю. Петров.- СПб.: ПИТЕР, 2010 – 128 с.

БАКАЛАВР: СОЦИАЛЬНЫЕ ОЖИДАНИЯ И ОПАСЕНИЯ РАБОТОДАТЕЛЕЙ

А.В. Маковская,

*студент кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,*

2 курс

Научный руководитель А.В. Стагнеева,

ассистент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

В 2009 году, в связи с присоединением России к Болонскому процессу, все российские вузы перешли на 2-х уровневую систему подготовки кадров: бакалавриат и магистратура. Этот переход достаточно серьезный для всей сферы образования, ведь, с одной стороны, пятилетняя подготовка специалистов, существовавшая с советского времени, доказала свою эффективность, так как вузы выпускали хороших специалистов. С другой стороны, существовавшая система мешала им свободно интегрироваться в мировое и, в частности, европейское образовательное пространство. Это обстоятельство и стало одной из причин преобразований. С момента принятия поправок к федеральному закону «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», в соответствии с которыми в России будет введена 2-х уровневая система, в научных кругах набирают обороты споры по поводу положительных и отрицательных сторон бакалавриата.

Анализ мнений экспертов позволил выделить преимущества и недостатки данной модели образования. К преимуществам такой подготовки можно отнести следующие:

1) 2-х уровневая система образования, принятая на Западе, решит проблему признания российских дипломов за рубежом и сделает наше образование конкурентоспособным. Поскольку иностранные работодатели знакомы со степенью бакалавра, российские выпускники смогут более свободно претендовать на работу за границей. Также, с дипломом бакалавра они смогут продолжить обучение в магистратуре иностранного вуза.

2) при необходимости у бакалавра существует возможность быстрого получения необходимой квалификации (узкой специализации) по другой специальности – за 1 год, тогда как специалисту при смене профессии потребуется потратить 2-3 года на получение второго высшего образования.

3) бакалавры учатся менее продолжительный срок: уже через четыре года они имеют возможность заняться работой и карьерой, а это весьма существенно в сложившихся на рынке труда условиях нехватки квалифицированных кадров и низкого материального положения граждан.

К недостаткам нововведенной образовательной системы, в свою очередь, относят следующие.

Во-первых, в научном сообществе бытует мнение, что отпущенного на подготовку бакалавра времени будет недостаточно для того, чтобы дать выпускнику все необходимые профессиональные компетенции. В связи с этим бакалавры будут покидать университет не получив полный объем знаний, умений и навыков, что приведет к общему падению уровня образования в России.

Во-вторых, с признанием российских дипломов за рубежом может вырасти процесс «утечки мозгов», который нанесет весьма значительный экономический, культурный, и, в первую очередь, интеллектуальный ущерб государству.

В-третьих, переход на 2-х уровневую систему подготовки сопряжен с большими материальными и временными затратами на разработку соответствующих образовательных планов [1].

И наконец, в-четвертых, некоторые работодатели приравнивают диплом бакалавра к средне-специальному образованию, что, в свою очередь, приводит к несоответствию между профессиональными ожиданиями выпускников и реальными возможностями их трудоустройства [2].

И. А. Баев, опираясь на опыт французских работодателей, говорит о том, что в Европе отношение к выпускнику-бакалавру не более серьезное, чем к лицеисту. Но, не

смотря на это, фирмы принимают активное участие в «доучивании» своих подчиненных. Так же он не исключает, что специалист с дипломом бакалавра не попадет на конкретное рабочее место строго по своей специальности, что, в свою очередь, может привести к повышению безработицы в стране. Единственным верным решением этой проблемы он видит получение второго высшего образования [3].

Е. В. Чупрунов считает, что на сегодняшний день мы можем только прогнозировать, основываясь на западном опыте, как будут развиваться события в нашей стране. Он, рассматривая такой аспект, как трудоустройство выпускников, говорит о том, что к бакалавру, у которого более широкое образование, работодатель может отнестись несколько настороженно, так как эта степень для него более непонятна, чем узкий специалист, к которому все привыкли, и бакалавр в его глазах будет менее привлекателен [4].

Руководитель группы маркетинга Нижегородского Института менеджмента и бизнеса М. А. Малова считает, что бакалавр – это рабочая степень. В магистратуру необходимо идти, прежде всего, тем, кто решил заниматься научной работой и затем поступать в аспирантуру. Магистратура также актуальна для врачей, адвокатов, судей, производственников, финансистов, IT-специалистов и ряда других узких специалистов [5].

В противовес мнениям экспертов, исследовательский центр портала SuperJob публикует данные социологического исследования: результаты опроса демонстрируют, то, что тип диплома (бакалавр или магистр) не является основным критерием при приёме на работу. Работодатель в первую очередь оценивает личные качества соискателя, выявленные в ходе собеседования. 43% опрошенных работодателей заявили, что они рассматривают бакалавров наравне с магистрами. Они считают, что самое главное – не наличие диплома, а способности, целеустремлённость и личные качества работника [6].

Несмотря на полученные эмпирические данные, в настоящее время, работодатели не спешат принимать на работу бакалавров, считая, что они существенно уступают специалистам. Такая точка зрения не лишена смысла: по факту уместить 5-летнюю образовательную программу в 4 года почти никогда не получается и подготовка бакалавров отстает от специалистов [7].

Проблема могла бы быть решена, если бы все бакалавры, желающие продолжить образование, могли бесплатно поступить в магистратуру. Но это невозможно, так как, во-первых, новая 2-х уровневая система существенно сократила количество бесплатных мест в магистратуре. Во-вторых, там, где бюджетные места все же есть, конкурс на них в несколько раз больше, чем на бесплатные места в бакалавриате (тем более, если это касается престижных специальностей в известных вузах). Учиться же за деньги, может позволить себе не каждый даже при большом желании.

Рассматривая все положительные стороны бакалавриата, можно сказать, что бакалавриат решает проблему подготовки в оптимальные сроки специалистов с высшим образованием. На стыке наук бакалавриат, позволяет комбинировать общее и специализированное образование различного профиля (например, четырехлетняя подготовка экономиста может соединиться с двухлетней подготовкой юриста, в результате чего появится уникальный специалист, спрос на которого в длительной перспективе не будет иметь ограничений).

Литература

1. Специалист или бакалавр? Ступени высшего образования: откуда они пришли? [Электронный ресурс]. URL :<http://planetahr.ru/publication/3364> (дата обращения: 29.10.2013)

2. Бакалавр и магистр – какая разница? [Электронный ресурс]. URL:http://fevt.ru/publ/bakalavr_magistr_raznica/25-1-0-267 (дата обращения: 29.10.2013)

3. Бакалавр или магистр – кого выберет работодатель? [Электронный ресурс]. URL:<http://www.jobway.ru/articles/articles/?id=514> (дата обращения: 30.10.2013)

4. Бакалавр или магистр: кто нужнее на рынке труда [Электронный ресурс]. URL :<http://nn.mk.ru/article/2012/04/18/694409-bakalavr-ili-magistr.html> (дата обращения: 30.10.2013)

5. Бакалавр или магистр: кто нужнее на рынке труда [Электронный ресурс]. URL: <http://nn.mk.ru> (дата обращения: 30.10.2013)

6. Зарплата магистров и бакалавров, статистика. [Электронный ресурс]. URL: http://fevt.ru/publ/zarplata_magistrov/25-1-0-266 (дата обращения: 30.10.2013)

7. Магистратура и бакалавриат в сравнении со специалитетом. [Электронный ресурс]. URL: http://www.begin.ru/main/news_and_articles/news/bakalavriat_magistratura_vs_specialitet (дата обращения: 30.10.2013)

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SWOT-АНАЛИЗА И МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ПРИ ВЫБОРЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

М.А. Маматова,

*студентка кафедры информационного менеджмента
института управления НИУ «БелГУ»,
2 курс*

*Научный руководитель **В.В. Ломакин,**
кандидат технических наук,*

*профессор кафедры информационного менеджмента,
НИУ «БелГУ»*

Менеджеры, занимающиеся вопросами организации деятельности предприятий, решают задачи обоснования и выбора альтернативных стратегий. В этом случае решают задачу выработки критериев для оценки различных стратегий. Наиболее значимыми являются степень охвата рынка, контроль над каналом сбыта, уровень издержек, качество продукции, трудовые затраты и т.д.[1]. При этом каждая организация может добавлять свои критерии к основным.

Выбор стратегии – важный элемент стратегического планирования. Существует несколько альтернативных вариантов выбора стратегии, при выборе конкретного варианта руководство организации анализирует внешние опасности и новые возможности.

В процессе выбора стратегии выделяют этапы разработки, доводки и анализа. На этапе разработки выбираются цели и определяется число альтернативных стратегий для их достижения. Это позволяет менеджерам среднего звена и высшим руководителям осуществить выбор лучшего варианта. На этапе доводки оценивается адекватность целей организации.

Этап анализа или оценки – важный элемент при выборе стратегии организации, так как здесь оценивается эффективность стратегий, определяется основная концепция развития организации, при этом учитывается опыт прошлых стратегий, фактор времени и т.д.

Существует несколько методов, позволяющих оценить стратегические альтернативы организации. Рассмотрим метод численного SWOT-анализа [2] и метод принятия решений.

На первом этапе SWOT-анализа перечисляются слабые и сильные стороны организации по схеме:

- сильные стороны;
- слабые стороны;
- угрозы;
- возможности.

При этом формируется матрица SWOT-анализа (табл. 1).

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество продукции	Риск возникновения кризиса
Высокая степень захвата рынка	Большие расходы
Квалифицированный персонал	Утечка кадров
Угрозы	Возможности
Жесткая конкуренция	Высокая прибыль
Ожидание покупателями разнообразного дизайна	Спрос на товар высокий

Второй этап предполагает количественную оценку сильных и слабых сторон, угроз и возможностей.

На пересечении строки и столбца ставится экспертная оценка значимости данного сочетания угроз и сильных сторон, возможностей и сильных сторон и прочее. Если угроз; значима для сильных или слабых сторон предприятия, то оценка значимости такого сочетания будет высокой. Таким образом, получаем количественную оценку проблем, возникших на пересечении сильных и слабых сторон предприятия, с угрозами и возможностями внешней среды (табл. 2).

Результаты оценки по десятибалльной системе приведены в таблице 3. Суммируя полученные оценки, можно получить общую значимость сильных и слабых сторон, угроз и возможностей.

Таблица 2

Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей

	Сильные стороны			Слабые стороны		
	Высокое качество продукции	Высокая степень захвата рынка	Квалифицированный персонал	Риск возникновения кризиса	Большие расходы	Утечка кадров
Угрозы:						
Жесткая конкуренция	10	9	8	10	8	6
Ожидание покупателями разнообразного дизайна	6	5	7	8	6	6
Возможности:						
Высокая прибыль	8	8	6	4	2	5
Спрос на товар высокий	10	10	6	4	4	6

Таблица 3

Общая значимость сильных и слабых сторон, угроз и возможностей

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество продукции	34
Высокая степень захвата рынка	32
Квалифицированный персонал	27
Угрозы	Возможности
Жесткая конкуренция	51
Ожидание покупателями разнообразного дизайна	38
Риск возникновения кризиса	26
Большие расходы	20
Утечка кадров	23
Высокая прибыль	33
Спрос на товар высокий	40

Количественная оценка сильных и слабых сторон позволяет расставить приоритеты и на основе этих приоритетов распределять ресурсы между различными проблемами. Она помогает сделать анализ по конкретным критериям, а выбор стратегии, исходя из своего личного опыта, может сделать сам аналитик или руководитель организации.

Рассмотрим метод анализа иерархий (МАИ) в качестве основы для принятия решений по выбору стратегии развития предприятия. МАИ представляется более обоснованным путем решения многокритериальных задач в сложной обстановке с иерархическими структурами, включающими как осязаемые, так и неосязаемые факторы, чем подход, основанный на линейной логике. Применяя дедуктивную логику, исследователи проходят трудный путь построения тщательно осмысленных логических цепей только для того, чтобы в итоге, полагаясь на одну лишь интуицию, объединить различные умозаключения, полученные из этих дедуктивных посылок. Кроме того, подход, основанный на логических цепях, может не привести к наилучшему решению, так как в данном случае может быть потеряна возможность принятия компромиссов между факторами, лежащими в разных цепях логического мышления. Математические вычисления для задач небольшой размерности можно выполнить вручную или с помощью калькулятора, однако гораздо удобнее использовать программное обеспечение (ПО) для ввода и обработки суждений. Самый простой способ компьютерной поддержки – электронные таблицы, самое развитое ПО предусматривает применение специальных устройств для ввода суждений участниками процесса коллективного выбора [3].

Для решения задачи выбора стратегии построим в СППР «Решение» [4] качественную модель проблемы в виде иерархии, включающей цель, альтернативные варианты достижения цели и критерии для оценки качества альтернатив (рис. 1).

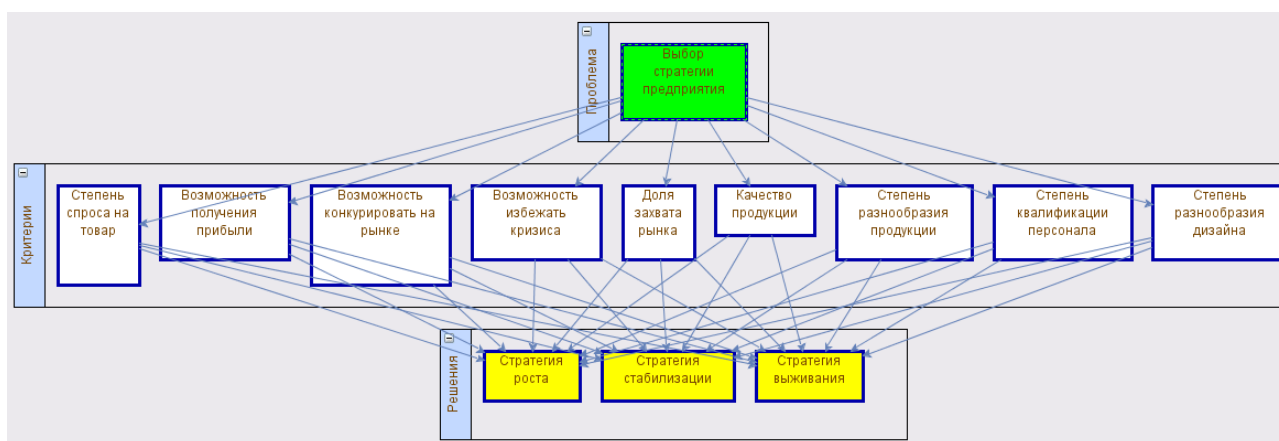


Рис. 1. Качественная модель в виде иерархии

Для определения значимости альтернатив относительно каждого критерия построим 9 матриц парных сравнений, имеющих следующий вид (рис. 2).

	1.	2.	3.	Приоритеты
1. Стратегия роста	1/1	6/1	9/1	0,770
2. Стратегия стабилизации	1/6	1/1	3/1	0,162
3. Стратегия выживания	1/9	1/3	1/1	0,068

СЗ: 3,054 ИС: 0,027 ОС: 0,046

* Для сравнения критериев двойной клик на ячейке матрицы сравнения

Рис. 2. Парное сравнение стратегий по критерию «Степень спроса на товар»

Для определения значимости критериев относительно выбранной цели построим матрицу парных сравнений критериев (рис. 3). Согласно полученным результатам наиболее значимыми критериями являются степень спроса на товар и возможность получения прибыли.



Рис.3 Сравнение критериев

После проверки степени согласованности суждений для сформированных матриц парных сравнений, исходя из результатов полученных СППР «Решение», выбираем для предприятия стратегию развития (рис.4).

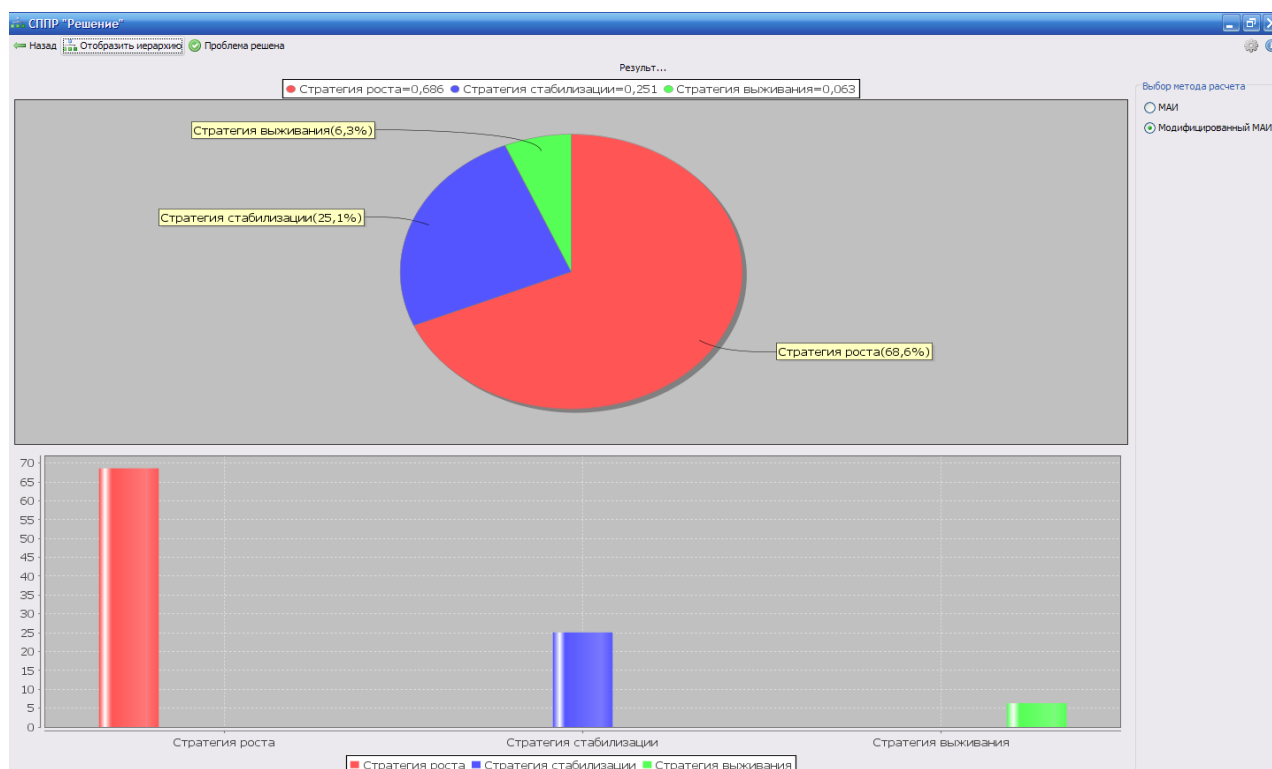


Рис. 4. Полученные результаты

Метод принятия решений выделил наилучшую стратегию по перечисленным ранее критериям. Особенностью данного метода является автоматизированная работа при помощи программного обеспечения, удобство интерфейса и наглядность получения результата.

Таким образом, применение SWOT-анализа более оправдано для оценки критериев и получения вариантов альтернативных решений, выявления положительных и отрицательных сторон для различных путей решения задач менеджмента. При этом затруднительно выбрать конкретную альтернативу на основании численных оценок. В МАИ менеджер может с помощью полученной иерархии выбрать необходимую альтернативу, определив степень ее преимущества перед другими. Рассмотренные методы целесообразно применять совместно, используя SWOT-анализ на этапе стратегического планирования, а МАИ – на этапе получения конкретных управленческих решений.

Литература

1. Сабирова, Д.Н. Критерии оценки и выбора стратегии / Д.Н. Сабирова. –Казань: [б. и.], 2013.–Библиогр.: с. 25-26.
2. Калиткин, Н.Н., Гольцов, Н.А. Введение в численный анализ / Н.Н. Клиткин, Н.А. Гольцов – М.: МГУ леса, 2003. – 144 с.
3. Саати, Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати – М.: Радио и связь, 1989. – 316 с.
4. Лифиренко, М.В., Ломакин, В.В. Система поддержки принятия управленческих решений на основе усовершенствованного аналитико-иерархического процесса № 2013616249 Российская Федерация / М.В. Лифиренко, В.В.Ломакинзаявл. № 201364230 от 21.05.13; опубл. 02.07.13.

ФОРМАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ SAP-КОНСАЛТИНГА

С.В. Михайлова,
*магистрант кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,
1 курс*
В. В. Ломакин,
*Научный руководитель
кандидат технических наук, доцент,
заведующий кафедрой информационного менеджмента НИУ «БелГУ»*

Важнейшим ресурсом современного предприятия, способным значительно повлиять на повышение его конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, является интеллектуальный капитал.

Первым понятие интеллектуальному капиталу дал один из самых влиятельных теоретиков менеджмента XX века Питер Дракер в описании пост капиталистического общества. К концу 90-х гг. ссылки на интеллектуальный капитал в литературе по бизнесу стали обычным явлением. В 1997 году Том Стюарт определяет интеллектуальный капитал как интеллектуальный материал – знания, информацию, интеллектуальную собственность и опыт, которые можно использовать для создания богатства, получив одобрение многих знаменитых ученых и практиков. Вскоре интеллектуальный капитал включили в число стратегических показателей эффективности организации [1].

Процессы, благодаря которым создаются, сохраняются, распределяются и применяются основные элементы интеллектуального капитала, необходимые для успеха организации, называют менеджментом знаний [2].

Одной из основных проблем в области управления знаниями является отсутствие четкого определения используемых терминов и понятий. Существует множество терминов, определяющих понятие интеллектуального капитала. Основная трактовка определена действующим на территории России ГОСТ Р 53894 - 2010 «Менеджмент знаний». Стандарт основан на статистических данных и данных предварительных

исследований, и содержит перечень терминов для рассмотрения наиболее актуальных вопросов, связанных с формулированием задач менеджмента знаний. Интеллектуальный капитал – вид нематериальных активов, включающий три подкатегории: человеческий, структурный и капитал заказчика. Человеческий капитал оценивает значимость способностей и квалификации сотрудников предприятия. Структурный капитал – это то, что можно четко рассматривать как собственность предприятия (множество формализованных знаний, патенты, авторские рукописи, товарные знаки, коммерческие планы и пр.). Данный капитал может храниться в виде формализованных процедур, баз данных, экспертных систем, компьютерных программ и пр. Капитал заказчика – оценивает сеть клиентов, удовлетворенных работой предприятия и лояльных к нему [3].

Совершенно очевидно, что именно человеческий капитал является фундаментом капитала знаний компании, и требует особых подходов в управлении, особенно в сфере оказания интеллектуальных услуг, например, таких как разработка и внедрение ИТ, оказание консалтинговых услуг в этой сфере. Сегодня работа в этом секторе получила достаточно широкое распространение, а потому и услуги консультантов по интеграции в этой области становятся все более востребованными. ИТ-консалтинг необходим для решения задач, связанных с совершенствованием системы управления предприятием и использованием информационных технологий. Консультанты в области консалтинга – это специалисты, которые находятся на границе ИТ и функциональности. Специфика их работы предусматривает не только знание системы, но и понимание одной или нескольких предметных областей [4]. Т.е. ИТ-консалтинг - это область деятельности, которая требует особого внимания и подхода в развитии, сохранении и наращивании интеллектуального капитала.

Сегодня одним из основных участников на рынке ИТ-консалтинга является компания SAP AG, которая уже более 6-ти лет является крупнейшим поставщиком ERP систем. По данным исследовательской компании PanoramaConsulting доля SAP на рынке составляет 22% (а это около 60% всех крупных компаний в мире), на втором месте Oracle с 15%, на третьем – MicrosoftDynamics с 10% [5].

Конкуренция среди компаний-интеграторов SAP за квалифицированные ресурсы довольно высока – на 1 вакансию консультанта SAP приходится всего 1,4 резюме потенциальных соискателей. На данный момент сегмент SAP-специалистов составляет не более 5% от всего объема ИТ-рынка, среднее время работы в одной компании 3-5 лет [6]. Кроме того, основная доля консультантов сосредоточена в крупных городах, где, естественно, более высокий уровень предлагаемого дохода, развита конкуренция и наибольший спрос. По данным Исследовательского центра рекрутингового портала Superjob.ru зарплатные предложения для консультантов SAP в 2012 году выросли на 15,8%, что почти в 2 раза больше среднего прироста зарплат в информационных технологиях (8,2%) [7]. При таких условиях достаточно сложно удержать квалифицированного специалиста на одном месте, не говоря уже о полноценной команде консультантов. Консультанты не стремятся к обмену опытом и информацией, и, соответственно, после их ухода большая часть знаний исчезает вместе с ними. Поэтому не только привлечение и удержание этих дефицитнейших сотрудников является наиболее актуальной проблемой в этом секторе бизнеса, но и обеспечение взаимозаменяемости на проекте. В частности, сохранение их знаний в общем банке структурного капитала компании для возможности повторного применения в производственном процессе другими сотрудниками.

Подготовка нового специалиста предметной области не возможна без уверенного знания базовых основ SAP. По этой причине для восполнения потери квалифицированного специалиста компании требуется дополнительное время и затраты. Это проблема наиболее актуальна для регионов, где отсутствует ресурсная база готовых специалистов и специализированная подготовка студентов в ВУЗах.

Традиционно SAPAG тесно сотрудничает с высшими учебными заведениями Европы и Америки, поддерживая процесс обучения и подготовки специалистов по своим продуктам, а также исследования и разработку новых технологий. Программа

«UniversityAlliances» в России стартовала в 2004 г. Данная программа нацелена на взаимодействие с представителями университетов (как с руководством и преподавателями, так и со студентами) и научного сообщества во всём мире для создания, сбора, организации и распространения интеллектуального капитала. Но на сегодняшний день около 50-ти ВУЗов России вошли в программу и открыли обучающие центры специалистов SAP, в основном это крупные города, такие как Москва, Санкт-Петербург, Воронеж и др. [8].

Таким образом, можно выделить основные проблемы в области управления интеллектуальным капиталом в компаниях, связанных с SAP-проектами:

- отсутствие достаточной ресурсной базы готовых специалистов;
- текучесть квалифицированных кадров;
- отсутствие специализированной подготовки студентов во многих ВУЗ;
- отсутствие формализованной корпоративной базы знаний.

Наличие перечисленных проблем влечет за собой трудности при практическом осуществлении SAP-консалтинга, связанные с несвоевременным обеспечением производственного процесса квалифицированными специалистами необходимого уровня, снижением качества консалтинговых услуг.

Для решения данных проблем современные компании начинают реализацию мероприятий по развитию корпоративной культуры обмена знаниями, разработку программ мотивации и развития персонала как внутри компании, так и обмена молодыми специалистами в рамках сотрудничества с ВУЗами. Некоторые разворачивают полноценные проекты по внедрению систем управления знаниями, создания хранилищ знаний, их систематизации и структуризации для организации эффективного использования знаний персонала в общих интересах. И в первую очередь возникает необходимость описать знания предметной области таким языком, чтобы описание было понятно как обычным пользователям, так и разработчикам систем управления знаниями.

В настоящее время существуют и развиваются различные методы представления и описания знаний, например, продукционные модели, модели на основе семантических сетей, фреймы, онтологии. В последнее десятилетие в качестве наиболее перспективной модели представления знаний рассматриваются онтологии [9].

Онтология – это формальное описание результатов концептуального моделирования предметной области, представленное в форме, воспринимаемой человеком и компьютерной системой. Онтология состоит из примитивов представления знаний предметной области (определений основных понятий, таких как имена индивидуумов, классы, функции и другие сущности), а также различного рода семантических связей, поддерживаемых между ними [10]. Онтологии в значительной степени можно ассоциировать с семантическими сетями, как инструментом моделирования и структуризации знаний. Многие понятия и принципы реализации, а также графическая форма представления на начальном этапе структуризации, являются в онтологиях сходными с семантическими сетями [11].

Рассмотрим вариант представления интеллектуального капитала компании, задействованного в производственных задачах реализации SAP проектов, на основе семантической сети, которая может являться частью общей онтологии представления знаний компании (рис.1).

Эта семантическая модель вводит термины для описания предметной области и определяет их значения путем задания взаимосвязей. Этот уровень представления данных наиболее близок онтологическому представлению.

На основе полученной семантической модели можно получить информацию о том, что <Человеческий капитал является частью Интеллектуального капитала компании>.

Или информацию, необходимую для ресурсного менеджера <Для выполнения Задачи по настройке Компонента SAP требуется Набор знаний, которым обладает Сотрудник, назначенный на Должность в Отделе>.

И, что важно знать новому, неопытному сотруднику <Сотрудник назначен Исполнителем Задачи по настройке Компонента SAP, для этого требуется определенный Набор знаний расположенный в Пакете знаний Базы знаний компании>, который ему необходимо изучить для получения знаний, необходимых для выполнения поставленной задачи и/или повышения своей компетентности.

Эта семантическая модель вводит термины для описания предметной области и определяет их значения путем задания взаимосвязей. Этот уровень представления данных наиболее близок онтологическому представлению.

На основе полученной семантической модели можно получить информацию о том, что <Человеческий капитал является частью Интеллектуального капитала компании>, или информацию, необходимую для ресурсного менеджера: <Для выполнения Задачи по настройке Компонента SAP требуется Набор знаний, которым обладает Сотрудник, назначенный на Должность в Отделе>. Часть знаний может использоваться новым, неопытным сотрудником: <Сотрудник назначен Исполнителем Задачи по настройке Компонента SAP, для этого требуется определенный Набор знаний расположенный в Пакете знаний Базы знаний компании>.

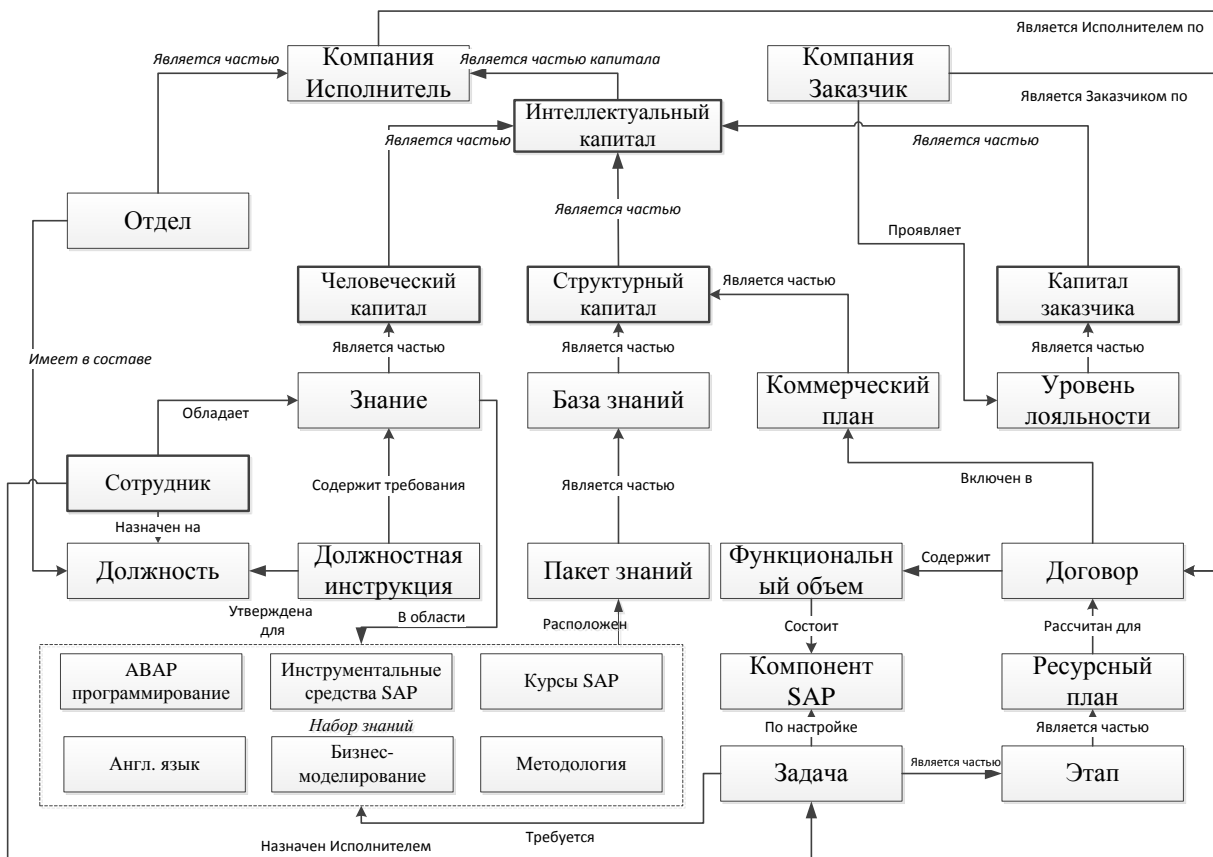


Рис.1. Формальное представление интеллектуального капитала для организации SAP-консалтинга

Полученная семантическая сеть – это одна из карт знаний предприятия, а их совокупность, позволяющая охватить большие участки семантической сети, представляют собой атлас знаний, которые уже на этапе графовой формализации могут повысить эффективность проблемных процессов в управлении интеллектуальным капиталом компании в целом.

На следующих этапах декомпозиции задач предприятия из семантической модели создается логическая схема, описывающая структуры данных в базе данных, типы данных, взаимосвязи и ограничения. Наиболее популярной и часто используемой для выражения логической схемы является реляционная модель данных, которая может стать основой системы управления знаниями [8].

Таким образом, человеческий капитал является важнейшей компонентой, определяющей успешность выполнения стратегических и тактических целей организаций, работающих в сфере интеллектуальной деятельности. Предложенный подход формального представления интеллектуального капитала для организации позволяет сделать первый шаг на пути повышения эффективности процессов управления человеческим капиталом и решения основных текущих проблем в сфере SAP-консалтинга. Это дает возможность ускорить процесс повышения уровня компетентности персонала и улучшить качество оказываемых услуг за счет унификации процедур описания организационных знаний.

Литература

1. Управление знаниями: Хрестоматия. 2-ое изд. / Пер. с англ. под ред. Т.Е. Андреевой, Т.Ю. Гутниковой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 514 с.
2. Википедия. Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 10.10.2013).
3. ГОСТ Р 53894 – 2010. Менеджмент знаний (ГОСТ Р 53894 - 2010) введ. с 01.01.2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://protect.gost.ru/> (дата обращения 10.10.2013).
4. Статьи от экспертов LUXOFT PERSONNEL. 7 шагов в поисках SAP-консультанта. [Электронный ресурс]. URL: http://www.luxoft-personnel.ru/press/articles/7_steps/ (дата обращения 16.10.2013).
5. PanoramaConsulting. Что является «нормальным» для внедрений ERP? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend493.html> (дата обращения 11.10.2013).
6. Охота на «САПеров». [Электронный ресурс] / Н. Смирнов. URL: <http://www.osp.ru/cio/2012/09/13017723/> (дата обращения 21.10.2013).
7. Консультант по внедрению SAP. [Электронный ресурс]. / Исследовательский центр портала Superjob.ru URL: <http://www.superjob.ru/research/articles/> (дата обращения 18.10.2013).
8. Программа сотрудничества с вузами SAP UNIVERSITY ALLIANCES – «УНИВЕРСИТЕТСКИЙ АЛЬЯНС». [Электронный ресурс]. URL: http://global12.sap.com/cis/about/uni_alliance/index.epx (дата обращения 15.10.2013).
9. Соловьев, В.Д., Добров, Б.В., Иванов, В.В., Лукашевич, Н.В. Онтологии и тезаурусы: Учебное пособие. – Казань, Москва, 2006. – 175 с.
10. Портал искусственного интеллекта. Онтология. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aiportal.ru/articles/other/ontology.html> (дата обращения 10.10.2013).
11. Портал знаний. Методы инженерии знаний. Электронный ресурс]. URL: <http://www.znannya.org/?view=knowledge-engineering-2> (дата обращения 20.10.2013).
12. Кудрявцев, Д.В. Системы управления знаниями и применение онтологий: учеб. пособие / Д.В. Кудрявцев. – СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2010. – 344 с.
13. Тузовский, А.Ф., Чириков, С.В., Ямпольский, В.З. Системы управления знаниями (методы и технологии) / Под общ. ред. В.З. Ямпольского. – Томск: Изд-во НТЛ, 2005. – 260 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

М. С. Монастырская,

*студент кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»,*

2 курс

Научный руководитель И.В. Мамина,

*ассистент кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»*

Формирование профессиональной культуры государственных служащих в современном обществе является важным составляющим всей политической системы страны. В связи с переходом в новое тысячелетие идет изменение всех сфер общества (экономике, политике, культуре и т.п.), в том числе и необходимостью обновления государственного управления. Политическая сфера сама по себе является наиболее важной, т.к. это управляющая сфера всего государства, определяющая общественный строй и экономику страны. Поэтому, в данной сфере должны быть управленцы, знающие свое дело и обладающие профессиональной культурой.

Профессиональная культура государственных служащих является регулятором отношений между субъектами управления, для достижения целей. Само слово культура имеет неоднозначное значение. Многие исследователи выделяют понятие культура как совокупность достижений человеческого общества в производственной, общественной и духовной жизни. Другие считают, что культура- это сфера человеческой деятельности, связанная с областью искусства, просветительской деятельностью. Третьи же считают, что понятие культура связано с высоким уровнем развития какой-либо сферы человеческой деятельности или условий его жизни [1]. Из данных определений можно сделать вывод, что культуру можно рассмотреть как деятельность человека, связанная с той или иной сферой жизни общества и имеющая конечный результат. Понятие «профессиональная культура» является так же неоднозначным и емким, поскольку в данное понятие включены различные предметные основания. Здесь идет речь, как об общих нормах культуры профессиональной деятельности, так и различные ценности, стереотипы и нормы. Г. М. Кочетов рассматривает профессиональную культуру как элемент модели личности специалиста с высшим образованием [2]. От профессиональной культуры государственных служащих зависит эффективность принятых решений и самой службой. Из вышесказанного можно сделать вывод: в самом общем виде профессиональная культура- это специфические и характерные для каждой отдельной организации совокупность поведений, ценностей, уровень образованности служащих и нормативно-правовые нормы. Профессиональная культура должна включать в себя 4 компонента:

1. Производственную культуру, где происходит управление процессом руководством организации;
2. Управленческую культуру, где происходит процесс интеграции трудового коллектива;
3. Культуру имиджа, включая такие понятия как создание имиджа, норм, манер поведения;
4. Деловую культуру, в которой происходит оценка достижений результатов.

Профессиональная культура формируется на основе признанных ценностей и принятых норм поведения представителей определенной профессии. Исходя из всех характеристик профессиональной культуры служащих, подразумевающей профессионально значимые и практически знания, важно сказать, что большинство из них не имеют образования по специальности. Поступающие на государственную службу должны осваивать профессию, приобретая теоретические и практические знания и умения, усваивать нормы профессионального мышления. В процессе службы приобщаться к профессиональной культуре, а это возможно лишь путем практического овладения профессией. Стоит учесть, что любой служащий подчинен комплексу норм, определенных законом, которые регулируют деятельность целостной системы службы. В

основе лежит административно-правовая регламентация: законодательные акты и положения, задающие параметры социального действия муниципальных служащих.

Государственные служащие при выполнении своих должностных обязанностей чаще всего ориентируются на следующие позиции:

1. Инструкции (53%),
2. Нормативные правовые акты Российской Федерации (63, 6%),
3. Указания непосредственного руководства (70, 5%).

4. Ориентация на личные интересы, интересы своей организации, а также интересы общества и граждан имеет в оценках государственных гражданских служащих примерно одинаковый приоритет. Данную ориентацию выбирает каждый пятый из числа респондентов (20%).

Самый низкий уровень важности для государственных служащих при принятии решений имеет руководство собственными представлениями о том, какие обязанности следует выполнять [5].

Можно сделать вывод, что большинство служащих исполняют приказы руководства выше, нежели самостоятельно создают себе задачи. Так же можно подчеркнуть, что в процессе своей службы большая часть специалистов ориентируются на нормативно-правовые акты. Как мы видим, что ориентация на какие-то свои личные интересы или интересы организации, выбирает лишь каждый пятый из числа респондентов. Это говорит о том, что государственные служащие выполняют свою работу по указаниям высшего руководства и инструкциям, не пренебрегая нормативно-правовым актам. Что идет в противоречие о мнение, что государственный служащий не выполняет свою работу как надо, а делает только то, что ему захочется.

Актуальной проблемой деятельности системы органов управления является пополнение кадрами, пользующимися доверием населения и способными эффективно решать задачи, стоящие перед муниципальными органами. Это касается как выборных, так и должностных лиц. Проблем в этом отношении за последние годы накопилось немало. Среди проблем можно выделить следующие:

1. Государственный служащий помимо знания своей области должен обладать юридическими и психологическими знаниями и навыками, знать основы менеджмента и уметь использовать новые информационные технологии, а так же постоянно переквалифицироваться;

2. Необходимо улучшить систему ротации служащих с помощью подбора, прогнозирования, планирования и анализа кадрового потенциала, его подготовку и переподготовку;

3. Увеличение выплаты заработной платы государственным и муниципальным служащим;

Повышение уровня профессиональной культуры муниципальных служащих имеет важнейшее функциональное значение, потому что от нее зависит не только пополняемость высококвалифицированными кадрами, но и уважение, доверие населения к органам местного самоуправления, то есть, как будут восприняты в общественном мнении их законы и предписания. Формирование профессиональной культуры может проходить по нескольким параметрам:

1. Качественный отбор на замещающую службу и профессиональный подбор кадров;

2. Прохождение аттестационных программ по различным профессиональным критериям;

3. Совершенствование системы развития служащих.

Профессиональная культура государственной службы является важнейшим фактором ее развития. Здесь можно выделить и ряд других ценностей, характеризующих новый этап развития государственной службы. Значительной частью служащих признается значение таких норм и ценностей государственной гражданской службы, как добросовестное отношение к работе (68, 8%); дисциплинированность (33, 8%); способность брать на себя ответственность (30, 6%); инициативность (28,

5%); добросовестность (27, 6%); честность (22, 6%); принципиальность (17, 6%); признание прав и свобод граждан (16, 2%) [5].

Из выше перечисленных ценностей, которыми должен обладать государственный служащий, можно сделать вывод: правовая культура у служащих должна основываться, прежде всего, на добросовестном отношении к работе, это подтвердили больше половины опрошенных. На втором месте идет такая характеристика, как способность к дисциплине и брать на себя ответственность. За любое решение или действие государственный служащий должен уметь ответить и взять вину на себя, если будет необходимо. Меньше всего процентов опрошенные дали такому немало важному понятию, как признание прав и свобод граждан. Однако, государственный служащий в своей работе, прежде всего, должен ориентироваться именно на данный фактор. Но, как мы видим, респонденты поставили данную характеристику на самое последнее место, признав инициативность, честность и принципиальность важнее.

Таким образом, можно сделать вывод, что профессиональная культура государственного служащего представляет собой специфические и характерные для каждой отдельной организации совокупность поведений, ценностей, уровень образованности служащих и нормативно-правовые нормы. А с помощью качественной кадровой политики и аттестации служащих можно улучшить профессиональную культуру, применяя такие методы как: получение новых знаний, нового опыта, переквалификация и переподготовка кадрового состава служащих. Однако, надо помнить, что основа любой профессиональной культуры строиться на таких понятиях как: добросовестное отношение; дисциплинированность; инициативность; добросовестность; честность и признание интересов, прав и свобод граждан.

Литература

1. Выжлецов, Г. П. Аксиология культуры / Г. П. Выжлецов. – СПб: СПбГУ, 1996. – 66 с.
2. Кочетов, Г. М. Механизмы процесса профессионализации / Г. М. Кочетов. – Томск, 1975. – 73–77 с.
3. Моисеев, А. Д. К вопросу о профессионализме государственных служащих / А. Д. Моисеев, А. С. Шурупова // Управление персоналом, 2009. – № 21 (223). – С. 43-45.
4. Оболонский, А. В. Этические аспекты регулирования государственной службы / А. В. Оболонский // Общественные науки и современность, 2004. – № 5. – С. 53-64.
5. Алиева, С.В. Диагностическое исследование уровня профессионализма управленческих кадров // Обеспечение качества обучения государственных и муниципальных служащих Российской Федерации: информационные, методические, аналитические материалы. Выпуск 3. Управление персоналом (сборник статей) / Под общ.ред. Ф.Д. Демидова, М.Ф. Королева. – М.: РАГС, 2004. – С. 26.

ЮНОГОГИКА КАК НАУКА О ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖИ

А.С. Найман,

*студентка кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,*

3 курс

Научный руководитель А.В. Стагнеева,

ассистент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

Одной из главных проблем в современной России является социокультурное становление молодежи в условиях модернизации и демократизации общества. Молодежь при этом традиционно определяют как социально-демографическую группу, выделяемую на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств [1].

С учетом всех социальных качеств (высокий уровень мобильности, интеллектуальная активность, творческий потенциал, инновационность), молодежь

выступает объективной ценностью любого общества и государства. Но не стоит забывать и о социальных проблемах, которые свойственны молодому возрасту: проблема трудоустройства, девиантное поведение, экономическая незащищенность и др. В связи с этим, в обществе возрастает потребность в специалистах по работе с молодежью, которые на профессиональном уровне смогут решать указанные проблемы.

Подготовка специалистов по работе с молодежью в нашей стране имеет сложную историю. Во времена Советского Союза организаторы работы с молодежью (комсомольских работников) профессионально начали обучать лишь в 1969 году, когда была открыта Высшая комсомольская школа в Москве, которая впоследствии была переименована в Институт молодежи. В то же время была сформирована сеть повышения квалификации и профессиональной переподготовки комсомольских работников. Данная деятельность осуществлялась в партийных школах различного уровня, позднее была создана сеть зональных комсомольских школ. Во многих педагогических вузах страны были открыты «истпеды», которые готовили методистов комсомольской и пионерской работы.

Таким образом, к середине 70-х годов XX века, в Советском Союзе сформировалась достаточно стройная система профессиональной подготовки и переподготовки организаторов работы с молодежью. Но, к сожалению, в 1992 году она была разрушена в связи с распадом СССР и прекращением деятельности ВЛКСМ. Только в начале нового века, точнее в 2004 году, Министерство образования Российской Федерации приняло решение открыть в качестве эксперимента в ряде вузов страны новую специальность «Организатор работы с молодежью».

До сих пор в научном сообществе не утихают споры о содержании и методиках подготовки данных специалистов. Речь идет в первую очередь о психолого-педагогической подготовке, основная задача которой вооружить студента знаниями и навыками воспитательной работы.

Отрасль педагогики, которая изучает педагогическое обеспечение социального развития молодого человека, разрабатывает педагогические технологии и методики педагогического влияния на молодых людей, называется юногогикой. Это одно из самых молодых направлений в педагогике, которое изучает педагогическое влияние на человека в юношеском возрасте в процессе личностного самоопределения и формирование его социально ориентированного мышления, а также обслуживающая процессы социализации и образования юношей и девушек [2].

Так как юногогика считается самостоятельной отраслью педагогики, она, как и все научные дисциплины, имеет собственный объект, предмет и функции. Объектом юногогики как науки является изучение процесса направленного воздействия на молодых людей, целью которого является их адекватное социальное, психическое и физическое развитие.

Педагогика как наука изучает процессы развития и формирования человека во взаимодействии его с социальными институтами общества; процессы, реализующие воспитательные функции. Из этого можно сделать вывод о том, что предмет юногогики – это, прежде всего, социально-педагогическая деятельность, направленная на адекватное развитие молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет.

Функции юногогики обеспечивают ее роль в жизни общества. Выделяют две основные функции: теоретическую и технологическую. Теоретическая функция юногогики реализуется на трех уровнях: изучение опыта организации молодежной работы и диагностика состояния и результатов педагогических процессов в молодежной среде; выявление устойчивых связей и закономерностей в процессе педагогического влияния на молодых людей; прогностическое исследование социально-педагогической деятельности по организации молодежной работы.

Технологическая функция имеет также три уровня реализации: разработка методических материалов по организации молодежной работы; внедрение достижений педагогической науки в практику работы с молодежью; оценка влияния результатов научных исследований на организацию работы с молодежью и соответствующая коррекция взаимодействия теории и практики.

Точные хронологические рамки образования юногогики не известны. Одни исследователи считают, что она возникла, как педагогика комсомольской работы в

конце 50-х – начале 60-х годов прошлого столетия. В числе людей, которые взялись за разработку сложных проблем педагогики юности, были такие видные ученые, как И. П. Иванов, Л. И. Уманский, А. Н. Лутошкин, М. М. Яценко, А. В. Мудрик, С. Е. Хозе, Б. З. Вульф и др. Первые исследования психолого-педагогической комсомольской работы были проведены в школах. Впоследствии объектом изучения стали педагогические основы организации комсомольской работы в профессиональных училищах, техникумах, вузах, а также организация воспитания молодых рабочих на производстве.

Так, И.П. Иванов создал уникальную воспитательную систему для старшеклассников, которую назвал коммунарской методикой. В ее основу легла идея о развитии индивидуальности, творческой активности и харизме молодого человека [3].

Исследования, которые проводились в лаборатории М.М. Яценко, были посвящены определению роли комсомольской организации в становлении социальной активности старшеклассников, а также определению условий аллелопатии комсомольской организации и школы педагогического коллектива. Хотя в работах лаборатории имелось явное доминирование задач, связанных с идеологическим воздействием на молодых людей, разработанные концептуальные подходы до сих пор имеют общепедагогическое значение [4].

А.В. Мудрик отмечал роль коллектива в формировании социальной активности школьников, а также считал, что коллектив старшеклассников «передает юношам и девушкам тот социальный опыт, который соответствует основным общественным ценностям и готовит их к жизни в этом обществе» [5].

Вопросами развития активной жизненной позиции школьников занимался В. И. Пирогов. Исследователь сделал вывод, что «расширение диапазона фактически доступных и нормативно обязательных для старшеклассника ролей, существенное расширение сферы жизнедеятельности старшего школьника за счет включения его в духовно-практическую работу – необходимое условие интенсификации идейно-нравственного развития современного старшеклассника: сам характер общественно-политической деятельности обязывает каждого из участвующих в ней повседневно отвечать не только за собственный образ жизни, не только за свои поступки, но и за судьбы коллектива, в конечном счете – за судьбы общества» [6].

Огромную роль в развитии педагогики юности сыграли исследования школы Л. И. Новиковой и ее теория воспитательных систем. Воспитательная система рассматривается ей с двух сторон. С одной стороны, как психолого-педагогическая, с другой стороны как социально-педагогическая. Дуальность этой системы обеспечивает совместное воспитательное влияние на индивида, как психологических, так и социальных факторов [7].

В 80-х годах XX века группа ученых и комсомольских работников разработала программу формирования достойного пополнения рабочего класса и колхозного крестьянства. В ней были изложены педагогические идеи, которые легли в основу многих современных технологий работы с молодежью.

Исследования, которые изучают современные тенденции педагогической работы с молодежью, являются новым витком в развитии юного педагогика. Сегодня она представлена десятками различных направлений, концепций, теорий, которые учитывают как современные аспекты проблемы, так и используют опыт, накопленный представителями советского периода.

Литература

1. Большая советская энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1969-1978.
2. Рожков, М.И. Педагогическое обеспечение работы с молодежью. Юного педагогика / М. И. Рожков. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2008. – 264 с.
3. Иванов, И.П. Коллективные творческие дела как средство коммунистического воспитания младших школьников / И.П. Иванов. – Л.: ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1983. – 45 с.
4. Яценко, М. М. Система комсомольской работы в школе / М.М. Яценко, Б. З. Вульф, С.Е. Хозе. – М.: Педагогика, 1982. – 159 с.

5. Мудрик, А.В. О воспитание старшеклассников / А.В. Мудрик. – М.: Просвещение, 1981. – 176 с.
6. Пирогов, В.И. Формирование активной жизненной позиции школьников: книга для учителей / В.И.Пирогов. – М.: Просвещение, 1981. – 80 с.
7. Новикова, Л.И. Самоуправление в школьном коллективе / Л.И.Новикова. – М.: Просвещение, 1988. – 190 с.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ АЛГОРИТМА АВТОМАТИЗИРОВАННОГО РАСПОЗНАВАНИЯ СТАДИЙ СНА ПО ЭЛЕКТРОЭНЦЕФАЛОГРАММАМ

И. П. Николаев,

студент кафедры сетей связи

Харьковского национального университета радиоэлектроники,

4 курс

Научный руководитель В. М. Безрук,

доктор технических наук, профессор,

заведующий кафедрой сетей связи

Харьковского национального университета радиоэлектроники

Современные подходы к решению прикладных задачи диагностики в телемедицине требуют пересмотра с учетом современных достижений в прикладной математике и средствах ЭВМ. Переноса рутинные задачи обработки информации и принятия решений, которые с достаточной точностью и надежностью могут решать ЭВМ, на автоматизированные системы, можно позволить специалисту, принимать более сложные и важные решения, соразмерные его опыту и квалификации. Кроме того, существуют случаи, когда методики диагностики, используемые специалистами являются описательными, нестрого формализованными. При этом применение математических методов и современного программного обеспечения может гарантировать значительно более объективный результат диагностики.

Одним из таких мощных математических аппаратов является теория распознавания образов [1,2]. Использование методов распознавания образов позволяет облегчить и расширить возможности мониторинга и диагностики состояний внутренних органов человеческого организма.

Актуальными задачами, решаемыми с помощью автоматизированных алгоритмов распознавания образов, являются задачи удаленной диагностики в телемедицине. В данной работе рассматриваются особенности решения одной из задач диагностики, в частности, автоматизированного распознавания стадий сна по электроэнцефалограммам (ЭЭГ).

В работе [3] предложено простое по затратам решение поставленной задачи автоматизированного распознавания стадий сна с использованием авторегрессионного алгоритма распознавания сигналов. Для учета появляющихся в реальных условиях работы артефактов предлагается ввести дополнительный $M + 1$ -й класс неизвестных сигналов. В этом случае решающее правило автоматизированного распознавания M стадий сна по ЭЭГ, описываемой моделью АР, при наличии класса неизвестных сигналов имеет следующий вид

$$H^i: K_k(\vec{x}) \leq A_k, \quad k = \overline{1, M}, \quad (1a)$$

$$K_k(\vec{x}) - K_i(\vec{x}) + \ln \frac{(2\pi\sigma_i)^{p_i-L}}{(2\pi\sigma_k)^{p_k-L}} \geq \ln \frac{P_k}{P_i}, \quad (1b)$$

$$H^{M+1}: K_k(\vec{x}) > A_k, \quad k = \overline{1, M}. \quad (1b)$$

Здесь $K_k(\vec{x}) = \frac{1}{2\sigma_k^2} \cdot \sum_{l=p+1}^L \left[x_l - \mu_k - \sum_{j=1}^{p_k} a_j^k (x_{l-j} - \mu_k) \right]^2$ - фактически представляет собой

нормированную дисперсию ошибки предсказания; $A_k = \ln \frac{(2\pi)^2 \sigma_k^{L-p_k} \lambda_k}{P_k}$ - некоторые пороговые значения, определяемые из условия обеспечения заданных вероятностей правильного распознавания заданных M стадий сна; p_k, a_j^k - порядок и параметры АР модели ЭЭГ для k -ой стадии сна.

Согласно этому решающему правилу, решение в пользу i -й стадии сна принимается в два этапа: при выполнении хотя бы одного из неравенств (1а), а также при выполнении системы неравенств (1б). Когда выполняются неравенства (1в), решение принимается в пользу $M+1$ -го класса неизвестных сигналов.

В указанном решающем правиле полагается, что параметры моделей для заданных M классов известны. При неизвестных параметрах моделей необходимо получить их оценки по классифицированным выборкам ЭЭГ известными методами. При этом по классифицированным обучающим выборкам вычисляются корреляционные функции ЭЭГ для каждой стадии сна и путем решения уравнения Юла-Уокера находят оценки параметров соответствующей модели АР.

Решающее правило распознавания (1) определяет алгоритм работы программно реализуемой на ЭВМ системы распознавания стадий сна по ЭЭГ. При этом система работает в двух режимах: обучения и распознавания. На этапе обучения по классифицированным выборкам ЭЭГ для заданных стадий сна определяются параметры решающего правила (1). На этапе распознавания по отрезкам реализаций ЭЭГ длительностью T производится автоматическое принятие решения о принадлежности наблюдаемой ЭЭГ к одному из M классов, соответствующих стадиям сна.

Полагается, что в ЭВМ вводятся реализации ЭЭГ через аналого-цифровой преобразователь. На основе обучающих выборок сигналов определяются параметры авторегрессии для M стадий сна. Вводится также $M+1$ -й класс, в который включают реализации ЭЭГ, не отнесенные ни к одному из M классов. В рабочем режиме распознавания по полученным отсчетам распознаваемой реализации ЭЭГ предсказывается значение следующего отсчета для каждого класса, после чего оно сравнивается с действительным значением и по критерию минимума ошибки предсказания определяется принадлежность распознаваемого сигнала к соответствующему классу.

Система распознавания стадий сна по ЭЭГ может быть построена на основе двух основных программных модулей: модуля обучения и модуля принятия решений. Структурная схема системы приведена на рис. 1, а работа модулей обучения и распознавания представлена алгоритмами на рис. 2 и 3.

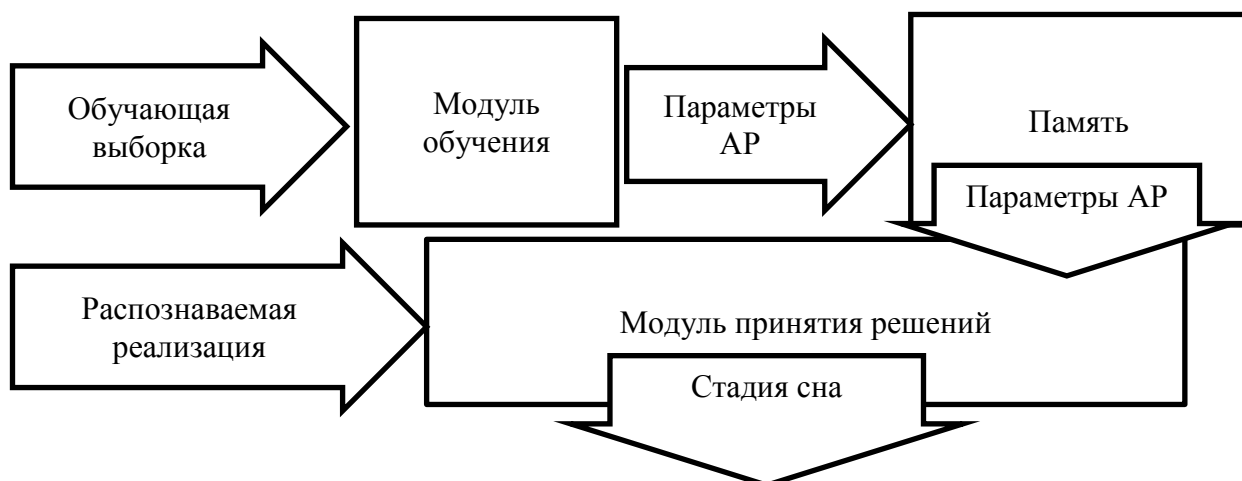


Рис. 1. Структурная схема системы автоматизированного распознавания стадий сна по ЭЭГ

В представленном виде данная система легко реализуема на любом языке программирования и позволяет обрабатывать большие объемы обучающих реализаций ЭЭГ, находить оценки параметров решающих правил, выбирать порядок АР модели и проводить исследования влияния разных факторов на результаты распознавания. Как вариант развития, данную систему можно реализовать в многоканальном виде (когда реализации ЭЭГ поступают с нескольких каналов энцефалографа). Это даст гораздо больше информации для распознавания, но в этом случае предстоит иметь дело с векторными АР моделями и более сложным алгоритмом распознавания ЭЭГ.

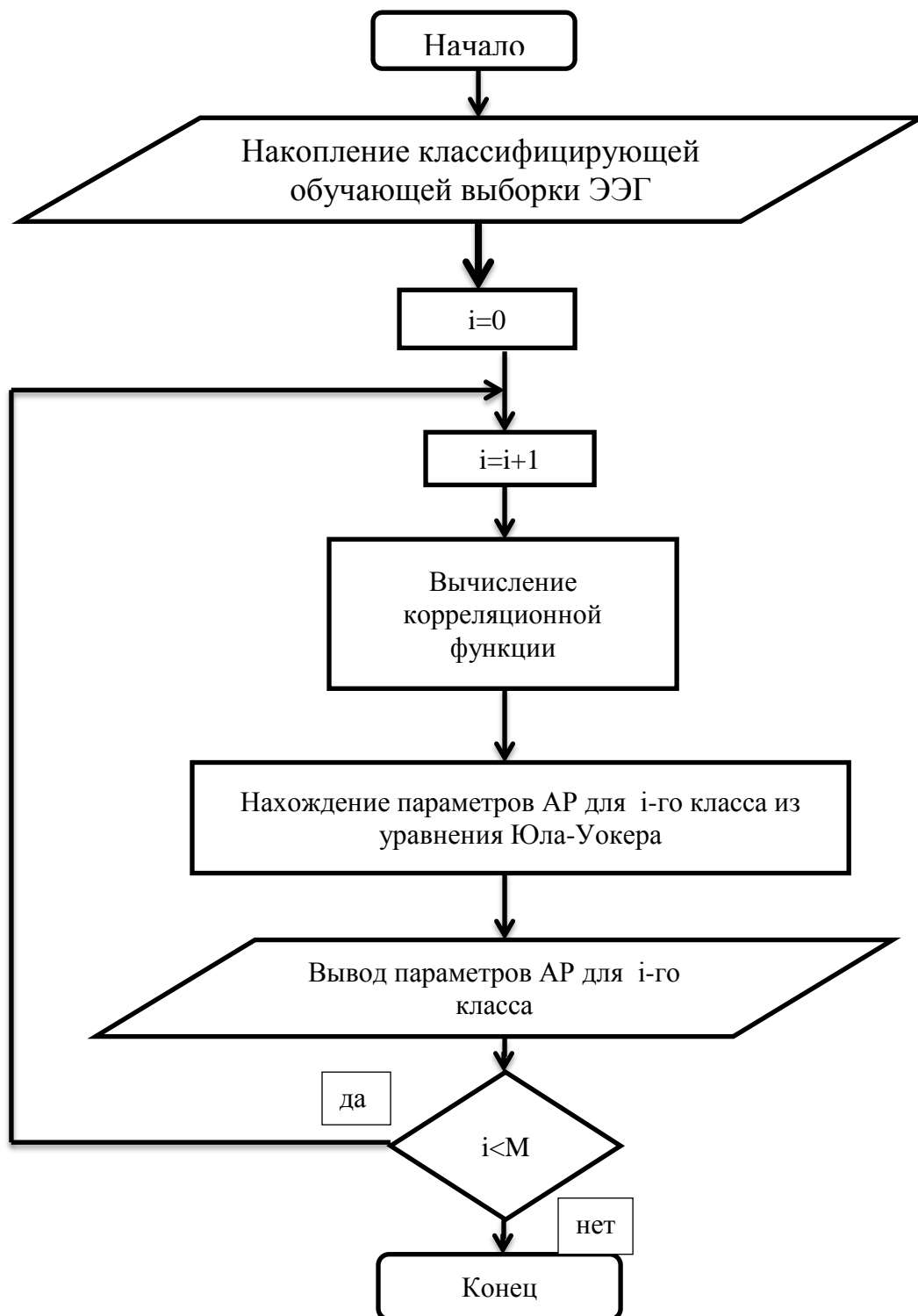


Рис. 2. Алгоритм работы модуля обучения

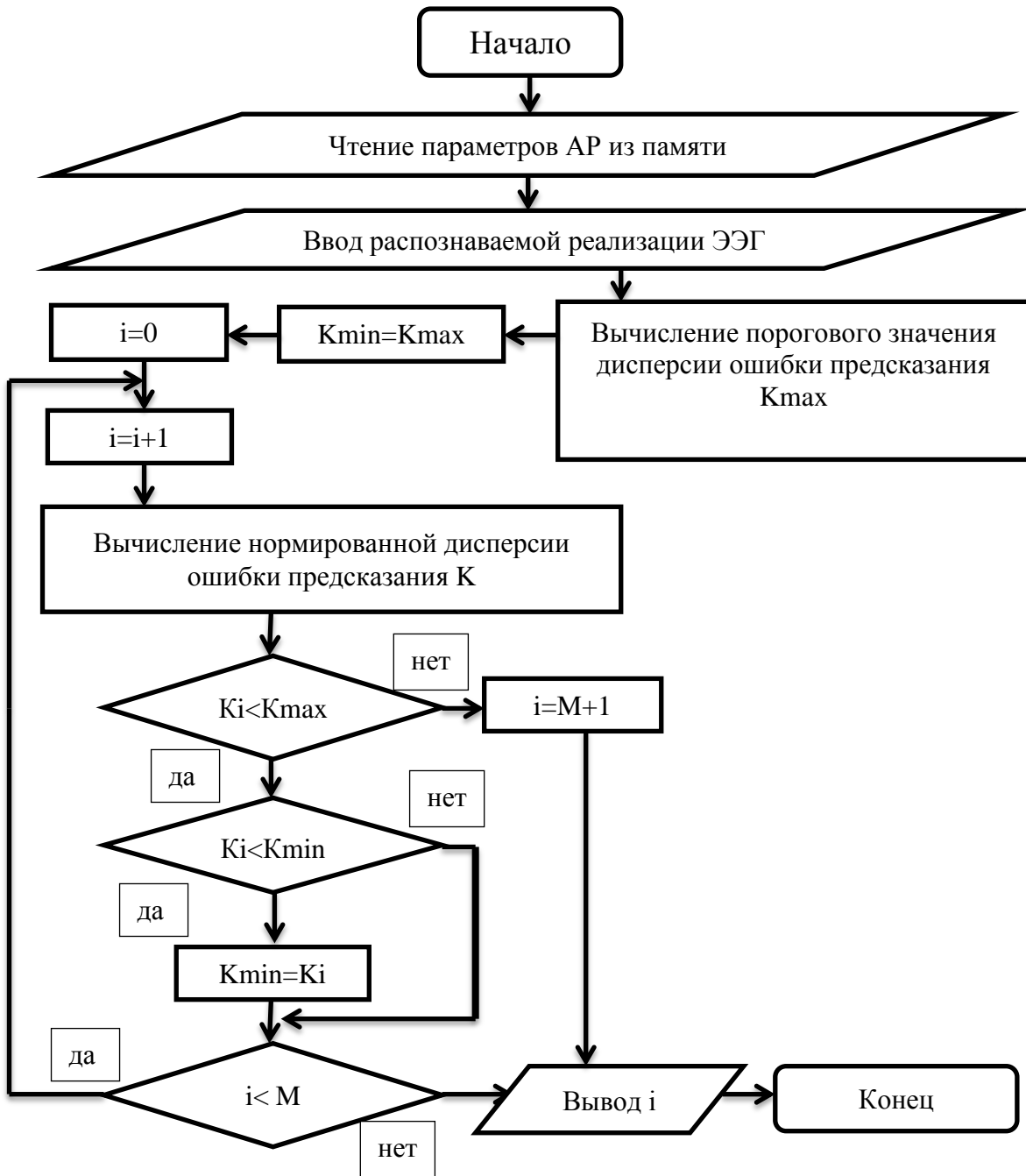


Рис 3. Алгоритм работы модуля принятия решений

Литература

1. Неймарк, Ю. П. Распознавание образов в медицинской диагностике / Ю. П. Неймарк. – М.: Наука, 1985. – 376 с.
2. Bezruk, V. M. Autoregression Methods of Signals Recognition / Telecommunications and Radio Engineering. – 2003. – Volume 56 (12–14). – P. 12–18.
3. Безрук, В. М. Об одном методе распознавания стадий сна по электроэнцефалограммам на основе авторегрессионной модели // Бионика интеллекта / В. М. Безрук, Н. П. Коваленко, В. А. Лысенко. – 2005. – №1. – С. 45–48.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА²

О. А. Пахомова,

*студентка кафедры философии и социологии
ФГБОУ ВПО Юго-Западного государственного университета,*

3 курс

Научный руководитель О. А. Крицкая,

кандидат социологических наук,

доцент кафедры философии и социологии

ФГБОУ ВПО Юго-Западного государственного университета

Проблема трудоустройства выпускников вузов в настоящее время становится всё более актуальной. Это связано с тем, что молодые специалисты, которые выходят на рынок труда после окончания учебных заведений сталкиваются с различными трудностями. Молодым специалистом считается работник, который получил начальное, среднее или высшее профессиональное образование, и впервые поступил на работу по полученной специальности в течение одного года после окончания образовательного учреждения. Юридически статус молодого специалиста подразумевает особые права, гарантии и обязанности его носителя по отношению к остальным категориям работников [1]. Современный молодой человек на рынке труда должен обладать следующими качествами: инициативность, креативность, самостоятельность, высокая активность, мобильность, стрессоустойчивость, легкость в усвоении информации, отсутствие стереотипов в работе, нацеленность получения опыта, конкурентоспособность и быстрая адаптация к нововведениям. Если раньше диплом высшего учебного заведения гарантировал выпускнику престижную работу, высокую заработную плату и уважение, то сегодня «корочка» перестала быть допуском в мир больших возможностей. Поэтому, чтобы как-то реализовать себя в дальнейшей жизни студенту необходимо уже на первых курсах обучения начинать строить свою карьеру. Это связано с тем, что уровень подготовки студентов в большинстве случаев не соответствует требованиям современных работодателей, принимающих нередко молодых людей на работу не по специальности, указанной в дипломе, а исходя из потребностей компании.

Больше половины молодежи в России работают по другой специальности, которая не связана с полученным образованием. Это связано, в основном, с ценностными ориентациями и жизненными планами самой молодежи. Так как молодых людей больше всего интересует высокая заработная плата, благоприятная атмосфера в трудовом коллективе и хорошее руководство. Профессиональная ориентация молодежи строится, большей частью, «не на знании содержания профессии и трудовых операций, а на внешних ее атрибутах» [2]. Самыми престижными специальностями у выпускников школ являются экономические, юридические и таможенное дело. Но в большинстве случаев старшеклассники, кроме названия и направления ничего больше не знают о предстоящей трудовой деятельности.

Пермским государственным техническим университетом было проведено социологическое исследование, в котором приняло участие 630 респондентов. Они обратились в кадровое агентство, чтобы найти работу. Было выявлено, что в кадровое агентство чаще всего обращаются люди с высшим профессиональным образованием (77,5%), со средним профессиональным образованием – 17,2%, а остальные – это люди, у которых начальное профессиональное образование. Чаще всего за помощью в агентство обращаются женщины, чем мужчины. Исследование показало так же, что самая «проблемная» группа респондентов для трудоустройства – это лица в возрасте от 23 до 29 лет с высшим

² Статья подготовлена в рамках реализации программы развития деятельности студенческих объединений ЮЗГУ на 2012-2013 годы (мероприятие 2 «Популяризация образа успешного российского ученого и повышение научного информационного обмена молодежи», пп. 2.6 «Организация и проведение интернет-конференции с ведущими учеными РАН «Интерактивный диалог поколений в университетском образовательном пространстве»).

профессиональным образованием. Это связано с тем, что работодатель требует наличие опыта работы [2, С. 9-13]. Несмотря на это молодые специалисты являются ценным ресурсом для построения кадрового резерва, потому что они энергичные, общительные, исполнительные и часто пробуют себя в разных направлениях профессиональной деятельности. Так же к плюсам молодых специалистов относятся: свобода мышлений, хорошая база знаний, целеустремленность, хорошее знание компьютера, готовность к переменам, лояльность, практичность, адекватность и многое другое.

Следует выделить некоторые проблемы, которые связаны с определением «молодой специалист». Ведь само значение понятия специалист – это человек, который обладает определенными навыками и умениями. Но, ни одно учебное заведение не снабжает студентов в полной мере практическими навыками, которые требуются на работе. Основным навык у выпускников появляется только после двух-трех лет непрерывного трудового стажа. Только тогда они приобретают уверенность, способность самостоятельно принимать решения и право называться специалистами.

Приведем реальный пример: в одной деревне жил дедушка, который всю жизнь проработал кузнецом в местной кузне. При этом он не заканчивал никаких учебных заведений, не имел диплома, но руки у него были золотые, вся деревня несла ему заказы, своим огромным молотом он мог сделать всё что угодно. Однажды в деревню прислали «молодого специалиста» с красным дипломом по кузнечному делу и поставили его начальником над старым кузнецом. Но только этот «молодой специалист» не мог выковать даже простого гвоздя и несколько лет ходил в подмастерьях у своего опытного товарища, имея руководящую должность [3]. Можно сделать вывод: студенты учатся многому, но реальная жизнь значительно отличается от тех знаний, которые они получают во время учебы.

Следующая проблема – это составление резюме. Работодатель первым делом знакомится с резюме, которое попадает ему на стол. Много зависит от того, насколько грамотно и интересно представлено и подано резюме, которое является лицом соискателя. Люди часто совершают ошибки при составлении данного документа: мало кто указывает должность, на которой он хотел бы работать, а ведь работодатель, в первую очередь, смотрит на какую вакансию вы претендуете, и, следовательно, он сам должен догадываться, что вы хотите. Второй немаловажной ошибкой является не указываемый желаемый доход, многие объясняют это тем, что «неудобно» ставить условие, а зря, ведь право свободы выбора есть у всех. Прежде чем отослать своё резюме в какую-либо компанию необходимо несколько раз его прочесть и проверить, чтобы оно было легковоспринимаемым, аккуратным, ясным и доступным, тогда есть вероятность, что вас оценят по достоинству.

Еще одним очень важным элементом является профессиональное прохождение кризисов. От успешного прохождения данных кризисов зависит и личностный потенциал человека, он включает в себя ресурсы личности, которые даны ему при рождении, его мировоззрение и мировосприятие, а так же мотивацию к самореализации и личностные качества, к которым относятся эмоциональность, коммуникация, творческий потенциал [4]. Кризис – есть выбор, который должен сделать каждый человек. Первым этапом прохождения кризиса является учёба в высшем учебном заведении, так как молодые люди большую часть времени посвящают учебе и пропускают многие события, которое влияют на другие жизненно важные сферы.

Можно вывести алгоритм прохождения данных кризисов:

- осознание карьерных, профессиональных и жизненных целей в целом и их взаимоувязка;
- понимание своих личных особенностей, сильных и слабых сторон;
- максимальное использование возможностей по обогащению своего профессионального и личностного потенциала уже во время обучения в вузе;
- активное участие во всех мероприятиях, проводимых в вузе;
- формирование готовности начинать профессиональную карьеру с низовых ступеней в компании, пройти весь путь профессионального роста в организации [5].

Мы можем сделать вывод, что существует зависимость между способом прохождения кризисов и личностной, профессиональной успешностью специалистов, у кого более устойчивые и высокие результаты, те легче переносят данные кризисы.

Подводя итоги, следует отметить, что характерные особенности молодых специалистов позволяют им быть успешными во многих компаниях. Главными их чертами должны быть собственная позиция и владение навыками эффективного трудоустройства и поиска работы. А вуз, в свою очередь, может оказать реальную помощь при трудоустройстве своих выпускников.

Выделим основные рекомендации, как организовать личностное развитие молодого специалиста, чтобы он добился успеха:

1. Необходимо гарантировать молодому специалисту, что он будет занимать должность в соответствии с законченной специальностью в ВУЗе.
2. Создавать условия для адаптации молодых специалистов в производственной и профессиональной деятельности.
3. Способствовать продвижению молодых специалистов по карьерной лестнице.
4. Предоставлять молодым специалистам различные льготные условия, например, оказание помощи в ипотеке.
5. Необходимо воспитывать готовность молодежи к личностно-профессиональному развитию.
6. Нужно, чтобы в обществе имела востребованность молодых специалистов.
7. Необходимо предоставлять молодым людям самостоятельность и инициативу в профессиональной деятельности.

Литература

1. Центр управления финансами // Молодой специалист [Электронный ресурс]. URL: <http://www.center-yf.ru/data/stat/Molodoi-specialist.php> (дата обращения 26.10.2013).
2. Пьянкова, Е. Профессиональное образование и карьера молодого специалиста / Е. Пьянкова // Высшее образование сегодня. – 2007. – №4. – С. 9-13.
3. Тыщенко, Д. Молодой специалист: как быть? / Д. Тыщенко // Управление персоналом. - 2004. - №13. – С. 40-41.
4. Развитие личностного потенциала работника – PR – аспект [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosdiplom.ru/library/prosmotr.aspx?id=499247> (дата обращения 26.10.2013).
5. Могилевкин, Е., Клиников, С. Успешное прохождение кризисов в карьере молодого специалиста как условие реализации его делового и личностного потенциала / Е. Могилевкин, С. Клиников // Управление персоналом. – 2005. - № 20. - С.71-73.

МОЛОДЁЖНАЯ СУБКУЛЬТУРА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

И. П. Помельникова,

*студентка кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,
3 курс*

*Научный руководитель С.Д. Лебедев,
кандидат социологических наук,*

профессор кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

Когда мы слышим словосочетание «молодёжная субкультура», то обычно представляем молодых людей со странной внешностью, в необычной одежде и эпатажным поведением, но это не единственные признаки, которые отличают представителя субкультуры от остальных членов общества. И является ли внешние признаки основным отличием?

Чтобы понять основную сущность молодёжной субкультуры и её место в системе общества, для начала дадим определение субкультуры.

Субкультура – это, прежде всего, часть культуры, а точнее «подкультура» (лат. sub - под и cultura - культура). Также субкультуру можно охарактеризовать как систему норм и ценностей, отличающих группу от большинства общества. Следовательно, молодёжная субкультура – это культура, возникшая в молодёжной среде, обладающей определёнными жизненными нормами и ценностями, стилем жизни, поведением [1].

Такое явление как молодёжная субкультура стало объектом исследования учёных в 30-е г. 20в. Впервые этот феномен стали рассматривать социологи, правоведы и психологи США. Тогда субкультура рассматривалась исключительно как негативное явление. Под ней понималось объединение молодых людей в банды. Учёные выяснили, что такие банды жили по собственным правилам, нормами, которые являются отклонением от базовых социально-культурной норм. Их поведение считалось аморальным, а зачастую и препятствующим законам [2].

В более позднее время (точнее, после Второй Мировой войны) термин «молодёжная субкультура» стал употребляться не только применительно к преступным формированиям, но и ко всем явлениям культуры, связанным с молодёжью.

Еще в более позднее время, с развитием поп-музыки и модной индустрии, молодёжная субкультура стала постепенно дифференцироваться, в ней стали возникать различные движения и направления.

В 60-70-е годы критерием для разделения молодёжных субкультур на различные направления послужили не только музыка и мода, но и общественно-политические взгляды.

Почему же возникают молодёжные субкультуры? Самым очевидным будет ответ: «потому что некоторая молодёжь стремится выделиться из общей массы, показать свою индивидуальность», но это не единственная причина.

В жизни подростка в определённый момент возникает какая-либо кризисная ситуация, разрешить которую самостоятельно он не в силах, и тогда для поддержки он ищет группу сверстников, которые либо столкнулись с такой же проблемой, либо разделяют такие же ценности и нормы поведения, что и он [3].

Также причиной могут послужить СМИ. В последнее время СМИ стали носить непосредственно развлекательный характер. Просмотр телевизора и посещение Интернета занимает основную часть досуга подростков. Подросток видит определённые стандарты поведения, стиль одежды, музыки, которые на данное время являются модными и популярными. Как правило, мейнстримом становится что-то необычное, не похожее на ранее существующее, именно это и притягивает, привлекает молодёжь. И именно поэтому подросток пытается «скопировать» популярные на данное время стереотипы, пытается следовать тем или иным модным тенденциям и ищет сверстников для обмена информацией о новом, привлекавшем его течении.

Еще одной причиной возникновения молодёжных субкультур может послужить кризис института семьи и семейного воспитания, подавление индивидуальности и инициативности ребёнка, подростка, молодого человека как со стороны родителей, так и со стороны педагогов, что может повлечь за собой агрессивное поведение и желание противостоять существующим нормам, порядкам и правилам. Протест выражается не только в агрессивном поведении, но и во внешнем виде. Как можно заметить, у некоторых субкультур есть отличающий их от других стиль одежды, сочетание цветов (например: эмо – преобладающие цвета чёрный и розовый), какие-либо аксессуары (кресты, цепи и т.д) и даже свой собственный сленг.

Выделяют несколько классификаций современных молодёжных субкультур. Интересную и наиболее полную классификацию представила журналистка А. Верная [4]. Она выделяет следующие типы субкультур:

1. Связанные с музыкой, музыкальные фанаты, последователи культуры музыкальных стилей: рокеры, металлисты, панки, готы, рэперы, транс-культура (трансеры).

2. Отличающиеся определенным мировоззрением и образом жизни: готы (рис. 1), хиппи, индианисты (изучают культуру индейцев), панки, растаманы (не являются приверженцами растафарианской концепции) .

3. Связанные со спортом: спортивные фанаты, роллеры, скейтеры, стрит – байкеры (преодолевающие препятствия на велосипедах), байкеры.
4. Связанные с играми, уходом в другую реальность: ролевики (поклонники ролевых игр), толкиенисты (поклонники фэнтези, истории раннего средневековья), геймеры.
5. Связанные с компьютерными технологиями: хакеры, юзеры, те же геймеры.
6. Враждебно или асоциально настроенные группы: панки, скинхеды, гопники, нацисты, периодически: футбольные фанаты и металлисты.
7. Религиозные объединения: сатанисты, секты, кришнаиты (последователи Кришны), индианисты.
8. Группы современного искусства: граффиттеры (уличные художники), брейк-дансеры (уличные танцоры), просовременные художники, скульпторы, музыкальные группы.
9. Элита: мажоры, рейверы (молодёжь, постоянно посещающая дискотеки).
10. Антикварные субкультуры: битники (выражают отказ от социальных норм), рокабилльщики (поклонники рок-н-ролла).
11. Субкультура масс или контркультура: гопники, реднеки (в буквальном смысле, «деревенщина», «колхозник»).
12. Социально-активные: общества защиты истории и окружающей среды, пацифисты.



Рис. 1. Представители готической субкультуры

Также существуют и другие типы субкультур, подходящие под данную классификацию, но не упомянутые выше. Это эмо, хипстеры (молодёжь, следующая последним модным тенденциям), кислотники, поклонники аниме и манги (отаку) (рис. 2), анархисты, паркурщики. Существуют также различные подвиды субкультур. Например, хардкор-скинхеды.



Рис. 2. Поклонники аниме

Как мы видим, существуют множество субкультур, в большей степени связанных с различного рода увлечениями и интересами, но есть и такие, основной ценностью которых является собственная идеология.

Способствует ли субкультура социализации ребёнка, подростка, молодёжи? А.В. Мудрик считает, что субкультура – это совокупность специфических социально-психологических признаков (норм, ценностей, вкусов), влияющих на стиль жизни и мышления определенных групп людей и позволяющих им осознать и утвердить себя в качестве «мы», отличного от «они» [5]. Отсюда можно сделать вывод, что в рамках субкультуры происходит социализация молодёжи, за счёт усвоения определённых норм и ценностей. Особенно это проявляется, если основные институты социализации пропагандируют очень разнообразные ценности и модели поведения, затрудняя процесс поиска себя, обретения социального статуса. Стоит также отметить, что в современном обществе субкультуры оказывают сильное влияние на развитие молодёжи наряду с семьёй, школой и СМИ.[6]

Литература

1. Субкультура [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ru.wikipedia.org> (дата обращения: 02.10.2013).
2. Молодёжные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://knowledge.allbest.ru/> (дата обращения: 04.10.2013).
3. Причины возникновения молодёжной субкультуры [Электронный ресурс]. URL : <http://rudocs.exdat.com/docs/index-20261.html> (дата обращения: 07.10.2013).
4. Верная А. Статья «Субкультуры» / А. Верная. – М. (Интернет-сайт Анастасии Верной), 2006.
5. Мудрик, А.В. Социализация человека: Учебное пособие для студ. высших учебных заведений / А.В. Мудрик. – М.: Академия, 2004. – 216 с.
3. Банникова И.Я. Социализация молодёжи в рамках субкультуры [Электронный ресурс]. URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-molodezhi-v-ramkah-subkultury> (дата обращения: 04.10.2013).

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КВАЛИФИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

Д. А. Попов,

*студент кафедры менеджмент организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И. В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Государственное управление – это практическое, организующее и регулирующее воздействие государства на общественную жизнедеятельность людей в целях ее упорядочения, сохранения или преобразования, опирающееся на властную силу [1].

Из данного определения следует, что основной задачей государственного управления является воздействие на жизнедеятельность общества. Воздействие всегда предполагает некое изменение объекта. А так как речь идет о жизнедеятельности общества, то ошибки в осуществляемом воздействии могут привести к печальным последствиям. Субъектами воздействия в основном являются государственные служащие. Предполагается, что они должны обладать соответствующей и достаточной квалификацией для возможности целенаправленного и правомерного государственного управления во благо всего общества. Федеральным законом № 79-ФЗ от 27.07.2004 г. «О государственной гражданской службе Российской Федерации» закреплён принцип профессионализма и компетентности в качестве единого фундаментального принципа организации и функционирования государственной службы [2]. Таким образом, уже на законодательном уровне прописаны требования к уровню профессионализма и компетентности государственных служащих.

Однако данный принцип не в полной мере реализуется на практике (табл.1). В особенности это касается органов местного самоуправления, а ведь они напрямую взаимодействуют с населением, должны глубже знать их проблемы, от работы органов местного самоуправления напрямую зависит исполнение федеральных программ на местах.

Таблица 1

Численность работников, замещающих должности государственной муниципальной службы Российской Федерации, по уровню образования в Белгородской области (человек) [3]

	Имели профессиональное образование		Не имели профессионального образования	<u>Справочно</u> из числа лиц с высшим образованием имели ученую степень
	высшее	среднее		
Все работники, замещавшие муниципальные должности и должности муниципальной службы				
На 1 октября 2011г.	4185	366	19	34

Как видно из табл. 1, почти 10% работников, замещающих должности государственной муниципальной службы Российской Федерации в Белгородской области, имеют среднее образование. Наряду с этим среди муниципальных служащих наблюдаются те, которые вообще не имеют профессионального образования. И всего 0,8% из числа лиц с высшим образованием имеют ученую степень.

Проблема отсутствия профессионального образования или его нехватки может решаться посредством повышения квалификации государственных служащих. Однако, это тоже представляет собой проблемную область в формировании кадров государственной службы. Как видно из табл.2, в Российской Федерации в целом всего лишь 14% муниципальных служащих прошли курсы повышения квалификации. В Центральном федеральном округе ситуация обстоит немного хуже, только 13,1% повысили уровень своего образования.

Таблица 2

Обучение кадров муниципальной службы, по видам дополнительного профессионального образования, субъектам Российской Федерации в 2012 году [4]

	Получили дополнительное профессиональное образование- всего, человек	В % от численности обученных в органах местного самоуправления по соответствующему субъекту Российской Федерации					Всего обучено в % от численности работников органов местного самоуправления по соответствующему субъекту Российской Федерации
		прошли стажировку	обучены за пределами территории Российской Федерации	прошли профессиональную переподготовку	повысили квалификацию	Обучены за пределами территории Российской Федерации	
Российская Федерация	50037	155	40	4,7	94,9	0,1	14,0
Центральный федеральный округ	10279	13	13	4,5	95,3	0,1	13,1
Белгородская область	799	-	-	3,8	96,2	-	17,1

В Белгородской области ситуация с уровнем повышения квалификации работников государственной службы немного лучше в сравнении с Центральным федеральным округом и по всей стране в целом. Как видно из табл. 2, процентное отношение муниципальных служащих, повысивших свою квалификацию, составляет 17,1%. Мы видим, что меньше пятой части муниципалитета, лишь стремятся повысить свою квалификацию, уровень своих профессиональных навыков.

На наш взгляд, данная проблема может быть решена посредством эффективного взаимодействия органов государственной власти с высшими учебными заведениями, что в свою очередь, подразумевает возложение своего рода обязанностей на две стороны.

Со стороны ВУЗов это предоставление эффективной учебной программы, квалифицированного преподавательского состава, учебно-методической базы. Однако это не означает, что курсы повышения квалификации кадров государственной службы должны строиться в банальном изложении теоретического материала. Следует приблизить учебный процесс к анализу и решению насущных практических задач, помочь служащим в той или иной ситуации принять не только правильное, но и научно обоснованное решение, повысить этический уровень муниципального служащего. Также ВУЗ по завершении данных курсов должен устраивать обучающимся своего рода экзамен, чтобы исключить ситуацию, при которой прохождение курсов стала своего рода отметкой, ничем не подкрепленной.

В НИУ «БелГУ» уже сформирована хорошая база для повышения квалификации государственных служащих. В стенах университета существует высшая школа управления, в которой существуют такие типы программ как: повышение эффективности предоставления органами исполнительной власти государственных и муниципальных услуг, руководитель муниципального образования. Данные программы реализуются по направлениям подготовки государственное и муниципальное управление[5].

На государственную власть следует возложить такие обязанности, как:

- проведение жесткого отбора высших учебных заведений на право проведения курсов повышения квалификации;
- мотивировать свои кадры на повышение профессиональных навыков, сделать популярным образ муниципального служащего, стремящегося повысить свою квалификацию.

Также следует учесть, что повышение квалификации должно коснуться в первую очередь муниципальных служащих, не имеющих высшего образования, и тех, у кого базовое образование, не соответствует занимаемой должности.

Таким образом, эффективная система переподготовки и повышения квалификации государственных служащих должна стать основным фактором повышения эффективности их труда и уровня профессиональной компетенции, что на прямую повлияет на разрешение острых проблем в жизни общества всей страны.

Литература

1. Охотский, Е.В. Государственное управление в современной России: учебно-методический комплекс / Е.В. Охотский. – М.: МГИМО(У) МИД России, 2008. – 548 с.
2. Федеральный закон № 79-ФЗ от 27.07.2004 г. «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL : <http://base.garant.ru/> (дата обращения: 19.10.2013).
3. Численность работников, замещавших должности государственной гражданской и муниципальной службы Российской Федерации, по уровню образования в Белгородской области [Электронный ресурс]. URL : <http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/> (дата обращения: 19.10.2013).
4. Дополнительное профессиональное образование кадров государственной гражданской и муниципальной службы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/> (дата обращения: 19.09.2013).
5. Высшая школа управления НИУ «БелГУ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bsu.edu.ru/vshu/> (дата обращения: 19.10.2013).

ЛИЧНОСТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ: ОТ РОЖДЕНИЯ ДО СТАНОВЛЕНИЯ

Е. И. Пупынина,

*студент кафедры экономической теории и экономики АПК
ФГБОУ ВПО «БелГСХА им. В.Я. Горина»,
5 курс*

*Научный руководитель И. Г. Андреева,
кандидат экономических наук, доцент,*

*зав. кафедрой экономической теории и экономики АПК
ФГБОУ ВПО «БелГСХА им. В.Я. Горина»*

Каждый человек рождается с уникальными способностями, определенными склонностями к каким-то видам деятельности и талантам. Творческий потенциал личности есть в каждом, но не все стремятся на протяжении всей жизни его развивать.

Творческое начало рождает в сознании человека воображение, фантазию. Это начало есть ничто иное, как стремление всегда развиваться, идти вперед, достигать совершенства. Развитие творческого потенциала личности способно привести к гиперактивности человеческого мозга, преобладания бессознательного над сознанием и вследствие сочетания креативности и интеллекта способно породить гениальность в человеке [1].

Творческий потенциал личности является неким ядром его внутренних сил, помогающие ему самореализоваться в обществе. Часть качеств, которые обуславливают его потенциал, формируется генетически, часть - в период детского развития, а остальная составляющая появляется в разные периоды человеческой жизнедеятельности.

Так, генетически закладывается память человека, острота его мышления (в зависимости от условий как детского, так и дальнейшего развития, может или развиваться, или притупляться), его физические данные и темперамент.

Такого же мнения придерживается аспирантка Самарского государственного экономического университета О.Зайцева. Она считает, что условия развития творческого потенциала личности закладываются еще с детских лет, когда наблюдается формирование главных черт характера человека и его психологические особенности, которые и определяют развитие в будущем. Под влиянием жизненных условий определенные качества и психологические особенности усиливаются или ослабляются, меняются в лучшую или худшую сторону [2].

В то же время существует ряд условия развития творческого мышления:

- критичность мышления;
- умение качественно анализировать;
- способность составления причинно-следственных связей, понимание возможного развития событий;
- умение выстраивать логическую цепочку, подавать новые необычные идеи;
- возможность не ограничиваться традиционными схемами, решениями, действиями;
- быстрое разрешение проблемных ситуаций;
- выбор адекватного решения;
- спокойный подход к проблеме.

Человек в процессе жизни проходит ряд инстанции, которые для него являются важными пунктами в образовательной деятельности и развитии личностного потенциала, будь то творческий, интеллектуальный, либо профессиональный. Рассмотрим эту последовательность: детский сад – подготовка к школе – школа – подготовка к поступлению в ВУЗ – ВУЗ – обучение на месте работы – повышение квалификации.

На рисунке 1 можно увидеть ключевые принципы знаний, которые и отражают все этапы образования человека.

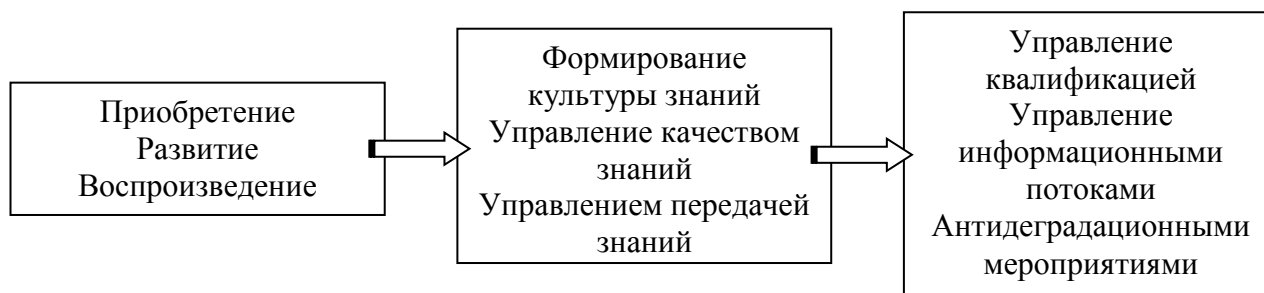


Рис. 1. Ключевые принципы знаний

В настоящее время основным источником богатства нации становятся не капитал, труд или природные ресурсы, а знания. Сфера образования является необходимой средой формирования и развития интеллектуального качества.

Именно качество образования конкурирует в условиях рыночных экономических и социальных отношений.

Интеллектуальные возможности личности, один из базовых психологических ресурсов, который лежит в основе инициативного и разумного отношения к действительности. В.А. Сухомлинский писал: «Невежда опасен для общества... Невежда не может быть счастливым сам и причиняет вред другим. Вышедший из стен школы может и чего-то не знать, но он обязательно должен быть умным человеком» [3].

Интеллектуальные качества - качества личности, предопределяющие особенности функционирования интеллекта, то есть способностей личности по переработке разнокачественной информации и осознанной оценке ее.

В контексте задач интеллектуального воспитания эффективность образования должна быть связана с характером тех изменений, которые происходят под влиянием учебного процесса в самом субъекте обучения, т.е. в ментальном (умственном) опыте каждого обучающегося.

Соответственно в качестве критериев оценки эффективности тех или иных форм и методов обучения должны выступать не только показатели сформированности знаний, умений и навыков, но и показатели сформированности определенных интеллектуальных качеств личности, характеризующих разные стороны развития интеллекта.

Чем выше уровень интеллектуального развития человека, тем более субъективно богатой и в то же время объективированной является его индивидуальная «картина мира». Соответственно в качестве показателей интеллектуальной зрелости (воспитанности) можно рассматривать характеристики индивидуального умозрения (или типа репрезентации происходящего). В частности, такие, как:

- 1) широта умственного кругозора;
- 2) гибкость и многовариантность оценок происходящего;
- 3) готовность к принятию необычной, противоречивой информации.
- 4) умение осмысливать происходящее одновременно в терминах прошлого (причин) и в терминах будущего (последствий);
- 5) ориентация на выявление существенных, объективно значимых аспектов происходящего;
- 6) склонность мыслить в категориях вероятного в рамках ментальной модели «как если бы...»;
- 7) способность мысленно видеть отдельное явление в контексте его целостных связей с множеством других явлений и т.д.

В 2003 году на совещание министров образования европейских стран, включившихся в Болонский процесс (с участием России), было заявлено, что «ответственность за качество подготовки выпускников лежит на ВУЗах».

Так что же такое качество в системе образования?

Квалифицированные преподаватели, оснащенные лаборатории, хорошие учебники, компьютерные программы, все это необходимо чтобы добиться качества, т.е. подготовить выпускника – носителя качества [4].

Конечно, образовательный процесс осуществляется в ВУЗах, и именно там формируется будущий выпускник – носитель знаний и умений.

По нашему мнению, образование дает не только знания и умения, составляющие основу интеллектуального капитала, но и определенный престиж в обществе, причем тем больший, чем большим социальным капиталом обладает соответствующее образовательное учреждение. Сегодня все более отчетливо прослеживается обратное воздействие, например участие в добровольческой деятельности (волонтерство), спонсорство, благотворительность оказывают влияние на экономические результаты, интеллектуальную или политическую карьеру.

Но, в тоже время можно сказать, что существуют и недостатки положительного результата в образовании, которые зависят и от студентов, и от преподавателей и поддержки правительства. К таковым можно отнести:

- недостаточный входной уровень знаний абитуриентов;
- работа студентов в период учебы в вузе (пропуски занятий, выпадение из дисциплинарной системы);
- низкая мотивация студентов к достижению высокого уровня знаний, умений, навыков;
- отсутствие у студентов ответственности за учебные результаты;
- недостаточное владение преподавателями современными методами обучения;
- недостаточное оснащение вузов оборудованием, необходимым для реализации современных технологий обучения.

Многочисленные преобразования в российской системе образования с целью поиска путей оптимизации педагогического процесса, с одной стороны, и обеспечения жизнедеятельности учебных заведений в новых социально-экономических условиях – с другой, способствовали выработке новых подходов к структуре и содержанию образования, принятие Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» (ФЗ от 29.12.2012 г., № 273-ФЗ) [3].

В условиях углубляющейся интеграции учебных заведений в общее образовательное пространство возникла объективная потребность в проектировании согласованных между собой образовательных программ различных уровней профессионального образования.

Таким образом, особенности процесса приобретения и использования знания определяют связь индивидуума с ВУЗом, интеллектуальный капитал которой он формирует. С одной стороны, студент нуждается в образовании особенно в силу продолжающейся специализации знания, которое может быть применено только в профессиональных изданиях. С другой стороны, студент специалист, знания и умения которого образуют его уникальный капитал, значительно отличается от обычного рабочего. Его капитал (знания) и средства производства (интеллектуальные инструменты анализа, синтеза, моделирования и т.п.) ставят его в положение специалиста.

Век научного прогресса заставил людей усиленно развиваться. Возникла острая потребность в специалистах, обладающих высоким уровнем развития творческого мышления и роста личностного потенциала в течение всей жизнедеятельности человека.

За последние 5 лет в ВУЗах РФ стали открываться новые специальности и направления подготовки, это: «наноинженерия», «психология служебной деятельности», «клиническая психология», «реконструкция и реставрация архитектурного наследия», «дизайн архитектурной среды», «военная журналистика», «документоведение и документальное обеспечение управления», «организация обслуживания в сфере сервиса», «гостиничный сервис», «садово-парковое и ландшафтное строительство», «сельское строительство и обустройство территорий», «изящные искусства», «телевидение», «социально-культурная деятельность», «искусство народного пения», «правовое обеспечение национальной безопасности», «медицинской кибернетики», «прикладная информатика в социологии», «защита в чрезвычайных ситуациях», «химическая технология неорганических веществ», «перевод и переводоведение» и т.д.

Все новые специальности – это, с одной стороны, требование времени, а с другой стороны новомодные течения, которые не имеют под своей основой фундамента знаний.

На наш взгляд, меры, которые будут предпринимать вузы по повышению качества подготовки выпускников без решения кардинальных, давно назревших, государственных проблем окажутся очередной «модернизацией».

Литература

1. Творческий потенциал личности [Электронный ресурс]. URL: <http://womanadvice.ru/tvorcheskiy-potencial-lichnosti> (дата обращения: 11.10.2013).

2. Зайцева, О. Источники формирования интеллектуального капитала, его использование и оценка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/21324> (дата обращения: 11.10.2013).

3. Воспитание личности школьника. Психологические основы формирования интеллектуальных качеств [Электронный ресурс]. URL: <http://www.libsid.ru/psichologiya-vospitaniya-shkolnika/> (дата обращения: 11.10.2013).

4. Корчагин, Е.А., Сафин Р.С. Интеграция как основа уровневого профессионального образования в научно-образовательном кластере / Е.А. Корчагин, Сафин Р.С. // Высшее образование в России. – 2013. – № 6. – С.19-25.

5. Соловьев, В.П. О качестве профессионального образования выпускников вузов / В.П. Соловьев // Высшее образование сегодня. – 2013. – № 5. – С.11-14.

СТИМУЛИРОВАНИЕ МОТИВАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ В ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ВУЗА

О. А. Рукавицина,

*студентка кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,
5 курс*

Научный руководитель А. В. Стагнеева,

ассистент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

Развитие социальной активности личности – одна из важнейших задач образовательно-воспитательного процесса, в котором особую роль играет высшая школа. В связи с этим основной задачей НИУ «БелГУ» является подготовка специалистов высокой квалификации, конкурентно способных, компетентных, готовых к постоянному личностному росту, умеющих творчески подойти к своему делу, с четко выраженной гражданской позицией, обладающих высокими профессиональными и нравственными качествами. Важнейшая социальная функция университета как образовательного учреждения заключается в создании условий для развития социальной активности студента, реализации его возможностей, профессионального становления, позволяющих ему содействовать научно-техническому и социальному прогрессу общества. Активность студентов в различных видах деятельности во многом зависит от того, какие формы и методы мотивации и стимулирования ее участников практикуются.

Социальная активность составляет важнейшую сферу и особый уровень активности человека. Взяв за основу определение, предложенное В.З. Коганом, мы предлагаем рассматривать социальную активность как «сознательную и целенаправленную деятельность личности и ее целостно-социально-психологическое качество, которые, будучи диалектически взаимообусловлены, определяют и характеризуют степень или меру персонального воздействия субъекта на предмет, процессы и явления окружающей действительности. Деятельность выступает как способ существования социального субъекта и является реальным проявлением его социальной активности» [1].

В.И. Овчинников отмечает, что в основе социальной активности лежат потребности личности, а все остальные категории, раскрывающие содержание и

механизмы ее формирования (интересы, цели, установки, ориентации, стимулы, мотивы и т.д.), так или иначе, исходят из потребностей и выражают их [2].

Потребность – это состояние нужды человека в предметах, объектах, условиях, без которых жизнедеятельность невозможна, либо ощущается таковой. Потребности могут быть осознанными и неосознанными. Когда они осознанны и опредмечены, у человека возникает побуждение к деятельности или мотив. Мотив – это материальный или идеальный предмет, который побуждает и направляет на себя деятельность или поступок, ради которого они осуществляются [3]. Мотивацию, в свою очередь, можно определить как внутреннее побуждение к деятельности, исходящее от желаний, интересов, позиции человека.

Стимулирование предполагает создание условий, при которых социальная активность, дающая определенные, заранее закрепленные результаты, становится необходимым и достаточным условием удовлетворения значимых и социально обусловленных потребностей человека, формирования у него мотивов деятельности [4].

В настоящее время в НИУ «БелГУ» используются различные методы стимулирования социальной активности студенческой молодежи. Из материальных методов применяются такие, как: назначение именных стипендий (стипендий Президента РФ, стипендий Правительства РФ, стипендии НО Фонда «Поколение» «Лучший студент года», стипендий Губернатора Белгородской области, экологической стипендии, государственной стипендии, повышенной государственной академической стипендии) [5], предоставление путевок для отдыха на Черноморском побережье, перевод на бюджетную основу обучения, поселение в общежитие, предоставление бюджетного места в аспирантуре, награждение ценными подарками и т.д.

В качестве нематериальных методов стимулирования активности студентов в НИУ «БелГУ» используются следующие: публикация статей о достижениях студентов в университетской газете «Вести БелГУ», на официальном сайте БелГУ www.bsu.edu.ru, в группе университета в социальной сети «vk.com»; размещение фотографий активистов на специальных стендах («Досках почета»); награждение особо отличившихся медалями, грамотами, дипломами; похвала и оценка заслуг на общих собраниях и праздниках институтов и факультетов; отправка благодарственных писем родителям студентов и в их школы и т.д.

Однако, несмотря на существующие формы поощрения уровень социальной активности студентов НИУ «БелГУ» по-прежнему остается невысоким. С целью анализа данной проблемы было проведено социологическое исследование «Стимулирование и мотивация студентов НИУ «БелГУ», выборочная совокупность которого составила 100 человек. Цель исследования заключалась в выявлении проблем в системе стимулирования и мотивации социальной активности студенческой молодежи НИУ «БелГУ» и разработке эффективных механизмов их решения.

В результате анализа полученных данных были сделаны следующие выводы.

Научно-исследовательская деятельность. Менее четверти опрошенных респондентов принимают участие в научных мероприятиях, проводимых в вузе. Основными мотивами, побуждающими молодых людей к занятию наукой, являются желание проявить себя и самоутвердиться (52%), возможность использования научных работ в учебной деятельности (39%) и наконец, перспективы получения материального вознаграждения (30%). В качестве факторов неучастия в научной деятельности большинство студентов называют отсутствие интереса (62%), недостаток времени (48%) и отсутствие необходимых способностей (30%). Проанализировав полученную информацию, можно сделать вывод о низкой мотивации студенческой молодежи к научной деятельности, поскольку активность в данной сфере объясняется в основном действием внешних факторов, а пассивность – напротив, внутренних.

Спортивная деятельность. Участвуют в спортивных мероприятиях, проводимых университетом лишь 27% всех опрошенных студентов. В качестве основного побудительного мотива участвовать в спортивных мероприятиях 96% респондентов называют интерес. На второе по значимости место студенты ставят желание проявить себя и самоутвердиться (56%). Большинство молодых людей в качестве причин неучастия в спортивной жизни вуза называют, во-первых, недостаток времени (42%), во-вторых,

отсутствие способностей или возможностей (42%). Среди других оснований пассивности наиболее часто встречаются высказывания об отсутствии интереса (38%), страхе неудачи и неуверенности в себе (25%).

Культурно-массовая деятельность. В данной сфере активны 47% опрошенных. Основными мотивами участия в культурно-массовых мероприятиях вуза студенты называют интерес (81%), творческую атмосферу (57%) и желание проявить себя, самоутвердиться (45%). Из полученных данных следует, что мотив самореализации является преобладающим в выборе студентами культурно-массовой деятельности. Напротив, свою пассивность в указанной сфере студенты объясняют недостатком времени (34%), отсутствием способностей или возможностей (26%), боязнью неудачи и стеснением (25%).

Трудовая деятельность. На вопрос «Участвуете ли Вы в таких мероприятиях, проводимых университетом, как субботники, выезды в Ботанический сад, высадка деревьев и т.д.?» подавляющее большинство опрошенных ответили положительно (66%). При этом участие в подобных мероприятиях преимущественно иницируется руководством учебного заведения, о чем говорят 67% респондентов. Среди других мотивов участия молодые люди называют интерес (29%), общение с единомышленниками (27%) и приятная рабочая обстановка (21%). Что касается причин инертности студентов в трудовой деятельности, то наиболее распространенными из них являются отсутствие интереса (50%), недостаток времени (38%) и дефицит информации о проводимых мероприятиях (21%).

Общественная деятельность. В общественно-значимых мероприятиях университета, таких, как поездки в детский дом, дом престарелых, оправка посылок солдатам и т.д., принимают участие 44% респондентов. Центральным мотивом, побуждающим студентов к активности в данной сфере, является желание помочь. Об этом заявили 98% опрошенных. На втором месте среди мотивов общественной деятельности стоит интерес (36%). Вопрос о причинах бездействия в общественной сфере вызвал среди студентов резонанс. В результате ответы распределились следующим образом: отсутствие информации о проводимых мероприятиях – 44%, недостаток времени – 30%, отсутствие интереса – 21%, отсутствие материальной или физической возможности – 20%. При этом более 20% респондентов затруднились ответить на данный вопрос. Приятно отметить, что в общественной жизни вуза студенты по-настоящему активны, что проявляется в их искреннем желании протянуть руку помощи ближнему.

Опрос продемонстрировал, что среди форм поощрения социальной активности студентов, используемых вузом, респондентам наиболее известны возможность перевода на бюджетную основу обучения (91%) и поселение в общежитие (89%). Чуть меньше информированы респонденты о возможности отдыха на Черноморском побережье (81%) и именных стипендиях (73%). Осведомленность о таком методе поощрения, как предоставление бюджетного места в аспирантуре, продемонстрировали всего 45% респондентов.

Как показал опрос, самой эффективной формой поощрения социальной активности студентов в НИУ «БелГУ» являются именные стипендии. 61% респондентов заявили, что именно материальные поощрения *однозначно* могли бы стимулировать их к активной деятельности в различных сферах, еще 22% опрошенных указали на такую *возможность*. На втором месте находится такой метод стимулирования как отдых на Черноморском побережье (59% и 23% соответственно).

В ходе исследования выяснилось также, что наименее эффективными формами поощрения являются поселение в общежитие и поздравление студента с днем рождения куратором или заведующим кафедрой. Соответственно 58% и 53% респондентов сказали, что указанные методы не окажут на них *абсолютно* никакого воздействия. Другими

малоэффективными методами стимулирования являются помещение фотографии на «Доску почета» в университете (35%), похвала на общих собраниях и праздниках (34%) и предоставление бюджетного места в аспирантуре (31%).

Слабыми местами существующей системы стимулирования в НИУ «БелГУ», по мнению студентов, является поощрение не всех достойных награждения (об этом заявили 40% респондентов), субъективность оценки достижений (37%) и недостаточная оперативность в системе поощрения (35%).

Проанализировав данные, полученные в результате социологического опроса, мы пришли к выводу, что для повышения мотивационной составляющей студентов НИУ «БелГУ» к социальной активности в первую очередь, необходимо искоренить существующие в системе стимулирования университета проблемы: субъективность оценки достижений, недостаточную оперативность в системе поощрения, награждение не всех достойных и т.д. Нужно ввести четкие критерии оценки достижений студентов, чтобы каждый, соответствующий указанным требованиям, был уверен, что его заслуги оценят по достоинству, причем своевременно. Помимо этого, на наш взгляд, следует сделать все виды поощрения, применяемые в университете, доступными не только для обучающихся за счет средств федерального бюджета, но и для студентов платной основы обучения. Выполнение предложенных рекомендаций повысит мотивацию студентов, что, в свою очередь, будет способствовать увеличению их социальной активности.

Для повышения мотивационной составляющей студентов к научной, спортивной, культурно-массовой, трудовой и социально-значимой деятельности необходима их популяризация в академической среде. При наличии ценностного приоритета у университетской деятельности проблема недостатка времени решится сама собой. Достичь такого положения вещей можно путем постоянной целенаправленной пропаганды, заключающаяся в том, чтобы студентам объясняли важность участия в мероприятиях, проводимых вузом, рассказывали о возможностях, которые они им могут дать.

Литература

1. Коган, В.З. Человек в потоке информации / В.З. Коган. – Новосибирск: МИР, 1981. – 269 с.
2. Овчинников, В.И. Потребности личности как фактор ее социальной активности / В.И. Овчинников // Социальная активность и духовное богатство личности. – Волгоград: Волга, 1980. – С. 35-40.
3. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Мотив_\(психология\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Мотив_(психология)) (дата обращения: 10.10.2013).
4. Скопылатов, И.А. Управление персоналом / И.А. Скопылатов, О.Ю. Ефремов. – Смоленск: Путь, 2000. – 425 с.
5. Официальный сайт НИУ «Белгородский государственный университет» [Электронный ресурс]. URL : <http://www.bsu.edu.ru/bsu/news/> (дата обращения: 10.10.2013).

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ: АДАПТАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ г. БЕЛГОРОДА)

Ю.Е. Сидоренко

*студентка кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель А.В. Стагнеева,
ассистент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»*

Трансформационные процессы, затронувшие все сферы жизни российского общества, оказали существенное влияние на социально-экономическое положение горожан, уровень, стиль и образ их жизни. В российских городах изменяются материальные, социальные, демографические, политические и духовные условия жизни различных социальных групп, их потребности в различных сферах жизнедеятельности и возможности их удовлетворения. Изменяется социальное самочувствие этих групп, их субъективное восприятие и оценка условий жизни. Все это свидетельствует о том, что изменяется само качество жизни горожан.

Проблематика, связанная с качеством жизни, уже давно вышла на первый план в государственной социальной политике в наиболее развитых странах мира, поскольку через качество жизни общества в целом и его различных социальных групп возможно осуществлять интегральную оценку эффективности управления в постэкономическую эпоху. В России, где органы государственной и муниципальной власти были обеспокоены преимущественно уровнем жизни отдельных социальных групп или территориальных социумов, научное изучение качества жизни городского населения, имеет большую значимость для понимания социальных и управленческих практик, и эффективности муниципального управления. При этом особое значение приобретает социологическое изучение факторов, влияющих на качество жизни горожан, а также их адаптационных стратегий, изменяющих не только уровень жизни различных социальных групп в городе, но и образ их жизни, обеспечивающих реализацию их жизненных планов и, в конечном счете, жизненный успех человека.

Социологическое изучение трансформирующихся потребностей различных социальных групп в разнообразных сферах жизнедеятельности города, социально-экономических возможностей их удовлетворения, а также уровня субъектности этих групп, направленной на изменение своей жизни и ее восприятие, позволяет обеспечить современные муниципальные управленческие практики необходимым научным знанием и сделать муниципальное управление социально эффективным. Это имеет особое значение в ситуации, когда значительная часть населения городов России, обеспокоенное преимущественно решением своих материальных проблем, с одной стороны, занимается непрерывной адаптацией и поиском более приемлемых практик разрешения своих жизненных проблем, а с другой – с недоверием относится к деятельности органов муниципальной власти и воспринимает многие их начинания и преобразования в социально-экономической сфере с настороженностью. Все это обуславливает необходимость поиска новых, более эффективных форм социального управления, делающих акцент на улучшении качества жизни населения [1]. Обеспечение достойного качества жизни горожан является одной из основных задач органов муниципального управления. Однако, изменение качества жизни населения – это проблема, решаемая не только на государственном или муниципальном уровнях, но и на уровне самих горожан, от способности которых к формированию новых моделей социально-экономического поведения непосредственно зависит качество их жизни. Основой этих моделей выступают, прежде всего, адаптационные стратегии, позволяющие приспосабливаться к быстрым изменениям городской социальной среды.

В ходе проведенного автором пилотажного исследования, направленного на выявление качества жизни населения города Белгорода, было выявлено, что качество жизни «выше среднего» – в сферах образования, торгового обслуживания, культуры и досуга, охраны общественного порядка и обеспечения личной безопасности жителей, транспортного обслуживания и охраны окружающей среды и экологии; «ниже среднего» – в сферах здравоохранения, трудоустройства; «неудовлетворительно» – в сфере жилищно-коммунального обслуживания.

Результаты исследования свидетельствуют, что жители отмечают позитив и успехи в деятельности органов власти по повышению качества жизни, несмотря на достаточно высокую неудовлетворенность управлением этого процесса. Это: деловая активность губернатора, привлечение крупных инвестиционных проектов в регион в новых областях экономики, запуск новых инвестиционных программ; целенаправленная поддержка социальной сферы, уклон на решение социальных вопросов, выполнение социальных обязательств; развитие экономических отношений, благоустройство территорий и развитие инфраструктуры; оперативность в принятии решений, своевременное вмешательство в ситуации по преодолению кризиса, близость муниципальной власти к населению и др.

Важной задачей исследования наряду с оценкой социальной эффективности управления по критерию качества жизни являлось выявление и описание условий и факторов, которые влияют на нее. Среди условий и факторов, наиболее всего снижающих социальную эффективность деятельности органов государственной и муниципальной власти были отмечены: слабая кадровая политика, в большей степени ориентированная на личную преданность кадров в ущерб профессионализму, низкое качество управления, нет прорывной работы команды, отсутствие инноваций и свежих идей; неурегулированность отношений в сфере ЖКХ, необоснованность регулярного повышения тарифов, проблема ветхого жилья и низкие темпы жилищного строительства; недостаточное внимание к сохранению и развитию социальной сферы: низкое качество и увеличение платных услуг в здравоохранении и образовании, очереди в медучреждениях, нехватка квалифицированных кадров, их отток в центр; недостаточная самостоятельность и недофинансирование полномочий муниципального уровня.

Вместе с тем, результаты опроса свидетельствуют о том, что структура факторов, наиболее всего снижающих эффективность деятельности органов государственной и муниципальной власти, из года в год не претерпевает изменений.

Среди сфер жизнедеятельности наиболее неблагоприятными в Белгороде на конец 2012 года являются следующие: материальное благосостояние населения, ЖКХ и ЖКО, обеспечение рабочими местами. Наиболее позитивно оцениваются респодентами положение в таких сферах жизнедеятельности, как торговое обслуживание, сфера культуры, досуга и спорта, сфера образования.

Задача адаптации связана с мобилизацией всех имеющихся индивидуальных ресурсов. Результатом социальной адаптации становится приспособление индивида к условиям новой социальной среды, а характеристика отношения индивида с внешней средой отражает успешность адаптации как процесса [2]. Таким образом, анализ уровня удовлетворенности своим благосостоянием, самооценка успешности или неуспешности своей жизнедеятельности дает нам представление об уровне адаптации горожан, их способности вписаться в городскую среду. По результатам исследования выяснилось, что те, кто занимает среднее общественное положение (19 %) адаптационные стратегии используют лишь десятая часть опрошенных, что говорит о нежелании изменять существующее положение дел, о нестремлении обеспечивать реализацию своих жизненных планов.

Эффективное решение проблемы улучшения качества жизни возможно лишь на программно-целевой основе. Необходимость разработки и осуществления программы улучшения качества жизни населения Белгорода определяется: близостью идеи потребностям и интересам абсолютного большинства белгородцев, которые стремятся перейти от жизни на грани выживания к жизни достойной человека и его семьи; наличием условий, позволяющих использовать федеральные и региональные ресурсы не только для экономического роста, но и для человеческого развития; исключительной значимостью задачи устойчивого развития региона, которая не может быть решена без достижения высокого качества жизни населения; необходимостью региональной объединяющей идеи, своего рода «компаса», определяющего перспективное направление социально-экономических преобразований; необходимостью формирования и развития институтов гражданского общества, повышения их роли в самоорганизации и самодеятельности жителей.

Принципы формирования и осуществления программы определяются с учетом содержания деятельности по улучшению качества жизни, ориентированной на человека и человеческое развитие, а также на основе убеждения, что результативность проекта зависит от усилий, как государства, так и институтов гражданского общества. К их числу относятся:

1. Выбор, а не шанс. Программа улучшения качества жизни населения предоставляет людям различные альтернативные возможности в сферах профессиональной деятельности, образования, здравоохранения, культуры. При этом каждая из предоставляемых возможностей является реальной и обеспечена соответствующими ресурсами.

Гражданам предлагается не следовать по утвержденному властью единственно возможному пути, а самим выбирать свое будущее и, следовательно, нести ответственность за последствия своего выбора.

2. Реальные возможности, а не искусственные барьеры. Программа предполагает создание условий для реализации способностей людей и предусматривает механизмы устранения препятствий для проявления деловой и гражданской инициативы. Главным образом, это относится к административным барьерам, к бюрократическим «рогаткам» на пути человека к жизненному успеху [3].

Социальное самочувствие людей в значительной мере зависит от отношения к ним со стороны представителей власти. Поэтому улучшение качества жизни населения связано с улучшением качества государственного и муниципального управления, с реформой государственной и муниципальной службы.

Литература

1. Кривоносова, Л. Я. Управление качеством жизни населения / Л. Я. Кривоносова. – Хабаровск: ДВАГС, 2005. – 247 с.
2. Аврамова, Е. М. Адаптационные стратегии населения / Е. М. Аврамова. – СПб.: ИСЭПН РАН, 2004. – 204 с.
3. Закон Белгородской области от 02.04.2003 г. № 74 «Об утверждении Программы улучшения качества жизни населения Белгородской области». URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW404;n=6045> (дата обращения: 27.10.2013).

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ АПК:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОСРЕДСТВОМ
СОФИНАНСИРОВАНИЯ РАСХОДНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ
СЕЛЬХОЗТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

А.А. Соболева,
*студентка 5 курса специальности «Финансы и кредит»
института экономики НИУ «БелГУ»*

Научный руководитель **О.В. Куликова,**
*кандидат психологических наук,
доцент кафедры управления персоналом
НИУ «БелГУ»*

В ходе реформ конца XX в. разрушилась государственная вертикаль управления, необходимые связи органов государственного и хозяйственного управления с производителями агропродукции, произошли перемены в целях, функциях, организационной структуре, а также в сферах информационного, кадрового и правового обеспечения АПК России.

Несмотря на очевидную необходимость, отдельные функции государственного регулирования АПК не приведены в действие, часть – необоснованно рассредоточена между различными министерствами, ведомствами и соответствующими региональными структурами, что привело к подмене многих функций Минсельхоза России, прямому вмешательству в аграрные дела государственных органов, лишь отдаленно связанных с АПК.

Ныне политика государства в области управления сельским хозяйством лишена общей стратегии ее формирования, единого подхода к разработке и реализации «правил игры», системности предлагаемых решений. Интересы федерального центра, регионов и муниципальных образований в полной мере в сфере АПК не скоординированы, профессиональный уровень специалистов, особенно в муниципальных образованиях, не отвечает требованиям работы в рыночных условиях.

Устойчивое развитие сельского хозяйства во многом зависит от рационального и эффективного взаимодействия государства, частных инвесторов и аграриев, что требует не только консолидации их капиталов, принятия во внимание финансовых интересов участников, но и моделирования отношений между ними.

Современная экономика во многом зависит от состояния агропромышленного сектора, недостаточное инвестирование в котором становится одной из самых острых проблем, не позволяющей идти в ногу со временем. Агропромышленный сектор не может эффективно функционировать и успешно развиваться, если для этого не будут созданы все необходимые условия и достаточно исследованы вопросы, связанные с государственной поддержкой и использованием инструментов софинансирования расходных обязательств экономически и финансово неустойчивых сельхозпроизводителей, располагающих достаточным производственным потенциалом.

В связи с этим необходима ускоренная активизация производственной деятельности за счет технологической модернизации аграрной сферы на инновационной основе, что требует серьезных капиталовложений как собственных, так и привлеченных. Для поддержки аграриев и обеспечения обновления средств производства государству целесообразно широко применять различные экономические и финансовые инструменты, среди которых особое значение имеет такой механизм как субсидирование части затрат сельхозтоваропроизводителей, посредством которого станет возможным внедрить в производство новые технологии и осуществить поддержку нерентабельных, но стратегически важных предприятий, не имеющих достаточно средств для самофинансирования [1].

Недаром в переводе с немецкого языка слово «субсидия» означает «помощь, поддержка, резерв, пособие». Правительству необходимо предоставлять субсидии как прямые, так и косвенные, поскольку принцип софинансирования с федеральным бюджетом является одним из важнейших и действенных способов поддержки сельхозпредприятий и сельскохозяйственных организаций всех форм собственности.

Иные финансовые и кредитные организации не могут предложить подобные условия, так как опасаются выйти на сельскохозяйственный рынок в связи с высокими рисками в отрасли, ведь отсутствие государственного участия в развитии сельхозпредприятий приводит к несовершенству ценообразования и диспаритету цен. Однако при совместном финансировании с государством частные инвесторы более охотно вкладывают свои средства, так как участие государства служит гарантией надежности осуществляемых ими вложений. Следует отметить, что если государство примет участие в инвестировании на безвозмездной основе, то привлеченные инвесторы смогут сотрудничать с сельхозпроизводителями на более выгодных условиях. Помимо этого государственным органам власти необходимо на региональном уровне сформировать гарантийные фонды, за счет средств которых и будут предоставляться субсидии на погашение части затрат. Такая схема взаимодействия поможет решить проблему дефицита инвестиционных средств.

Для более успешного привлечения средств инвесторов необходимо не только обеспечить им гарантии государственных органов власти, но и установить или снизить ставки налога на доход от капитала.

Государственная поддержка агропромышленного комплекса России позволит сформировать многоукладную экономику, основанную на разных формах собственности и хозяйствования, развить систему страхования рисков, как частных инвесторов, так и самих аграриев, а также непосредственно внедрить инновационные технологии, без использования которых становится весьма трудным достичь высоких и стабильных результатов [2].

В современных условиях в поддержку развития мировой агропродовольственной отрасли, в том числе и российской, приходят решения, принимаемые на политическом уровне. Сегодня на субсидирование сельхозпредприятий приходится около 4 рублей поддержки, оказываемой федеральными органами власти. Однако, и этого недостаточно для покрытия всех ущербов, которые в силу различных обстоятельств несут ежегодно сельхозтоваропроизводители. На данный момент структура направлений поддержки сельхозпредприятий посредством субсидирования части затрат выглядит следующим образом (рис. 1):



Рис. 1. Структура направлений поддержки сельхозпредприятий посредством субсидирования части затрат в 2013 году

Некоторые показатели по направлениям поддержки заметно сократились в сравнении с показателями 2012 года, что при неизменных условиях уже к 2015 году грозит серьезными последствиями, связанными с уменьшением доходности сельхозпредприятий и введением всей отрасли в целом в зону убыточности. Такой исход событий, возможно, избежать, если федеральными и региональными органами власти будут вовремя приняты соответствующие меры по привлечению инвестиций и повышению инвестиционной привлекательности за счет участия государственных и региональных органов власти в реализации наиболее капиталоемких проектов в части развития сельскохозяйственной инфраструктуры.

В сложившейся ситуации только реализация мер по предоставлению субсидий сельхозпредприятиям поможет подняться агропромышленному сектору России на новый и главное более высокий уровень, характеризующийся применением высокопроизводительных ресурсосберегающих технологий и введением в эксплуатацию новых мощностей, что повысит техническую оснащенность и рентабельность сельхозпроизводства. Так, в течение всего 2012 года экономика страны в сфере сельского хозяйства оставалась в весьма сложном положении. Рентабельность сельхозпредприятий по всем видам деятельности без субсидий находилась в пределах от – 5 до +5%, а с субсидиями – от 8 до 15%. Примером здесь может послужить Белгородская область, рентабельность которой на начало 2012 года без субсидий составила менее 5%, однако за период 2012 года посредством субсидирования область смогла выйти на прибыль.

Таким образом, проанализировав состояние отечественной агропромышленной отрасли по всем видам деятельности и учитывая влияние осуществляемого федеральными и региональными органами власти субсидирования части затрат, можно четко представить перспективы дальнейшего развития отрасли АПК посредством софинансирования расходных обязательств сельхозтоваропроизводителей (рис. 2).

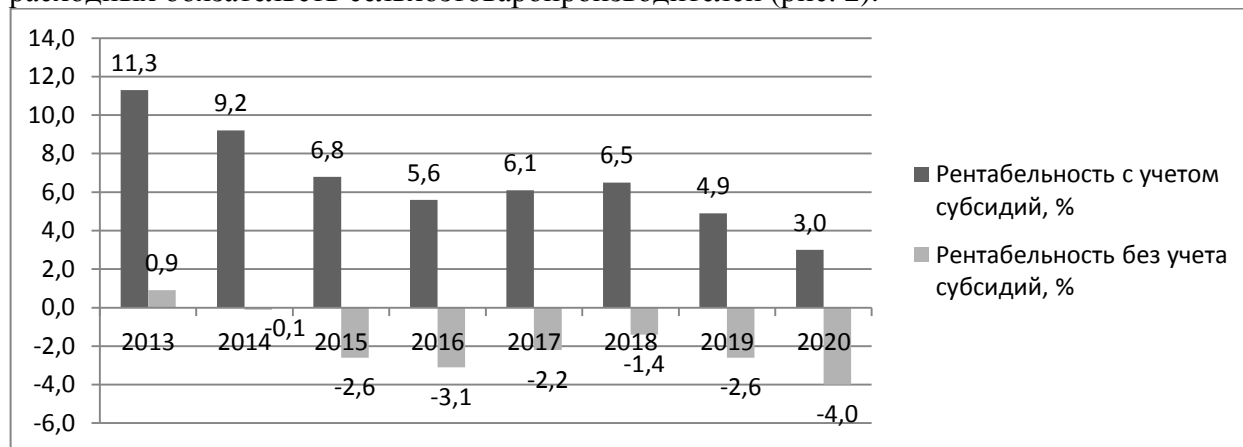


Рис. 2. Прогноз рентабельности сельскохозяйственных предприятий в период с 2013 по 2020 гг.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что лишь те регионы, где осуществляется государственная поддержка непосредственно в части субсидирования затрат по инвестиционному кредитованию, имеют больше возможностей эффективно развиваться на основе инновационных технологий [3].

Техническая и технологическая оснащенность – это основной фактор, характеризующий развитие сельскохозяйственного производства. В России номенклатура и количество выпускаемой сельхозтехники ежегодно уменьшается, и недостаток техники приводит к значительным потерям продукции. А ведь именно инновационные (ресурсосберегающие и трудосберегающие) технологии являются залогом развития современной экономики, важнейшим индикатором уровня конкурентоспособности отечественного рынка и непосредственно направлены на повышение потенциала сельскохозяйственной отрасли.

На решение такого рода задач, связанных с поддержкой выпуска сельскохозяйственной техники, а вместе с тем и с субсидированием предприятий

сельскохозяйственного машиностроения, на 2013 год было выделено всего лишь 2 млрд. руб. Данные средства были использованы в счет удешевления приобретаемой сельскохозяйственной техники и оборудования. При этом следует принять во внимание, что сельхозпредприятия на те же цели тратят более 100 млрд. руб. в год и оказанная им поддержка снизит затраты всего на 2%. Такое софинансирование не отвечает потребностям и не обеспечивает условий для полной модернизации и технического перевооружения.

Объемы государственного софинансирования необходимо не только сохранить, но и значительно увеличить. Чего можно достигнуть путем дальнейшего субсидирования заемных средств на покупку техники, скота, строительство производственных помещений и их реконструкцию, тем самым способствуя внедрению инноваций в отрасль.

В тоже время большинство сельхозпроизводителей не могут осуществить переоснащение своей технической базы в силу низкой доходности. И только благодаря субсидированию сельхозтоваропроизводители смогут возмещать часть своих затрат на уплату процентов по кредитным договорам, а также компенсировать собственные затраты на строительство, реконструкцию, приобретение инновационного оборудования, объектов переработки продукции и иных технологических объектов.

Поиск способов совершенствования субсидирования части затрат, как основного финансового инструмента поддержки развития сельского хозяйства и агропромышленного производства носит весьма актуальный характер, позволяющий учитывать не только потребности предприятий, но и их финансовые возможности. Такими способами в настоящее время можно назвать разработку и внедрение различных государственных программ, ориентированных на финансовую поддержку отрасли сельского хозяйства. В перспективе до 2020 года общий объем их финансирования за счет средств федерального бюджета достигнет почти 84 млрд. руб. [4].

Параллельно с реализацией государственных программ следует разрабатывать мероприятия, предусматривающие финансирование за счет средств региональных бюджетов, привлекаемых инвесторов и кредитных организаций, а также субсидировать часть затрат по кредитованию в коммерческих банках на региональном уровне [5].

Роль вклада каждого без исключения региона в решении проблем развития агропромышленного сектора, безусловно, важна, так как поддержка сельского хозяйства на федеральном уровне остается недостаточной.

Финансовая поддержка сельхозпредприятий за счет средств федерального и местного бюджетов – это путь, способствующий развитию такого сложнейшего сектора экономики, как агропромышленный. Это возможность воплотить в жизнь намеченные цели и задачи в принципиально новых экономических условиях, непосредственно связанных со вступлением России в ВТО, развитием Таможенного союза России, Казахстана и Беларуси, а также с переходом к Единому экономическому пространству и впоследствии Евразийскому экономическому союзу.

В условиях глобализации мировой экономики и как следствия интеграции Российской Федерации в мировое экономическое пространство просто необходима защита интересов отечественных сельхозпроизводителей и аграриев. Нужно помочь им не только не потерять свои позиции, но и выйти на новый современный уровень, обеспечивающий хорошие экономические показатели.

В связи с этим субсидирование части затрат сельхозтоваропроизводителей помимо поддержки всех форм хозяйствования, технологической модернизации, инновационного развития и устойчивого развития сельского хозяйства должно быть ориентировано на достижение следующих целей, а именно:

- 1) повысить финансовую устойчивость агропромышленной отрасли;
- 2) обеспечить продовольственную независимость страны;
- 3) обеспечить конкурентоспособность отечественных сельхозпроизводителей как на внутреннем, так и на внешнем рынке в связи с вступлением России во Всемирную торговую организацию.

Во всем мире залогом успеха высокоразвитых аграрных регионов с динамично развивающимися сельскохозяйственными предприятиями и комфортными условиями, созданными для жизни сельского населения, является не только инициативность и предприимчивость аграриев, но и безусловная поддержка федеральных и муниципальных органов власти совместно с продуманной системой мер государственной поддержки, оказываемой отрасли сельского хозяйства.

Литература

1. Гордеев, А. Экономические механизмы регулирования агропромышленного производства / А. Гордеев // Экономист. –2008. –№ 6.
2. Зельднер, А. Государственное регулирование агропромышленного сектора экономики / А. Зельднер // Вопросы экономики. –2007. –№ 6.
3. Королев, Ю.Б. Управление в АПК: учебн. пособие / Ю.Б. Королев.– М.: Издательство Колос, 2011. – 203 с.
4. О федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 15 июля 2013 г. № 598. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70319016/> (дата обращения 19. 10. 2013).
5. Ломидзе, Ю. Основы программно-целевых методов управления в АПК / Ю. Ломидзе// АПК: экономика, управление. – 2009. –№ 2.

ТРУДОУСТРОЙСТВО ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ: ПРОБЛЕМА №1

Н.С. Степкина,
*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*
Научный руководитель Е.Н. Трофименко,
*ассистент кафедры управления персоналом
НИУ «БелГУ»*

Проблема трудоустройства выпускников в наши дни является одной из самых актуальных проблем. Особую остроту она приобретает для людей, заканчивающих высшие учебные заведения. В условиях плановой экономики выпускники пользовались особой заботой государства, имели льготы в качестве молодого специалиста. Обязательное распределение выпускников гарантировало им трудоустройство и давало возможность приобрести опыт практической деятельности на предприятиях по специальности в течение трех лет [1].

Проблема трудоустройства выпускников после окончания ВУЗов сегодня чрезвычайно актуальна. Система государственного распределения – ушла в прошлое. Сегодня молодой специалист сталкивается с довольно жесткими условиями рынка, из которых он не всегда выходит победителем. В настоящее время молодежь представляет наиболее многочисленную группу безработных – более 30% от общего числа зарегистрированных безработных. Кроме того, 25–28% от общей совокупности безработной молодежи составляют выпускники учебных заведений [2].

Опросы работодателей показывают, что из профессиональных качеств выпускников вузов они ценят, прежде всего [3]:

- качество полученного ими образования (фундаментальность образования, уровень профессиональных знаний, умений, навыков);
- наличие опыта практической работы, повышающего уровень их профессиональных знаний, умений и навыков;

- способность к восполнению и применению своих знаний, в том числе в смежных и других областях, что выражается в способности к самообразованию, в общей эрудиции, в разносторонности и широте знаний, в наличии дополнительной профессиональной подготовки.

Из личностных качеств выпускников работодатели выделяют:

- адаптивность, умение выстраивать межличностные отношения;
- умение работать в команде;
- коммуникативность, в том числе владение иностранными языками и компьютером;
- лидерские качества;
- целеустремленность, нацеленность на результат и на успешную карьеру;
- мотивацию действий.

Одним из главных препятствий при трудоустройстве по окончании ВУЗа для многих «вчерашних» студентов является отсутствие опыта работы [4]. Казалось бы, какой может быть опыт работы у бывшего студента по своей специальности к концу учебы? Ведь, у него не было пока диплома, а если и имелся опыт работы, то, скорее всего, это был опыт курьера, разносчика, официанта и другие специальности, обычно предлагаемые студентам службами занятости в качестве дополнительного заработка в период обучения. Возникает парадокс, но, к сожалению, зачастую данное обстоятельство оставляет многих дипломированных специалистов без работы и вынуждает срочно менять сферу деятельности и работать не по специальности.

Одной из основных причин работы выпускников вузов не по специальности является фактор оплаты труда. Многие молодые люди по окончании вуза идут работать не по своей специальности, поскольку их не удовлетворяет размер оплаты труда, предлагаемый работодателями, не обеспечивающий некоторого жизненного минимума, соответствующего приобретенным знаниям и квалификации. Также одним из наиболее значимых факторов является слабая работа центров трудоустройства в вузах, которые зачастую не оказывают какой-либо реальной поддержки в поиске работы по специальности. Еще один фактор, который нельзя сбрасывать со счетов, последствия мирового финансового кризиса, существенно сократившие число предложений на рынке труда.

Одной из главных проблем является то, что многие выпускники вузов, получившие хорошую теоретическую основу в своем учебном заведении, не в состоянии применить их на практике. Среди качеств, которых не хватает выпускникам, руководители выделили, прежде всего, профессиональные знания. Данное противоречие можно объяснить тем, что под нехваткой профессиональных знаний руководители подразумевают недостаток практических навыков, т.е. опыта работы [5].

Результаты исследования молодежи в условиях крупного города показывают, что только 37% безработной молодежи рассчитывают на помощь структур по занятости. Необходимо отметить, что наиболее действенным способом трудоустройства остается обращение к помощи родственников, друзей, знакомых (44,4% работающих респондентов). Таким образом, личные связи оказываются более мощным ресурсом для успешного трудоустройства, чем формальные каналы. Другие исследования, которые показывают, что лишь 51,2% выпускников вузов устраиваются на работу по специальности. Для остальных единственной возможностью трудоустроиться является профессиональная переподготовка [6].

В городе Белгороде подготовку специалистов дневной формы обучения осуществляют 21 учебное заведение: 8 ВУЗов, 13 ССУЗов. По данным государственного учреждения «Центр занятости населения города Белгорода» выпуск молодых специалистов в 2013 году составил 9764 чел. При этом за 9 месяцев 2013 года за содействием в поиске подходящей работы в ГУ «Центр занятости населения города Белгорода» обратилось 654 выпускника вузов 2013 года, 141 выпускник техникумов и колледжей (12,8% от выпуска жителей города Белгорода). Продолжается тенденция ежегодного сокращения численности учащихся в учебных заведениях начального профессионального образования [6].

В целях снижения напряженности ситуации на рынке труда области, Постановлением правительства Белгородской области от 16 ноября 2009 г. № 257-пп была утверждена Программа стабилизации ситуации на рынке труда Белгородской области.

Для оказания содействия в трудоустройстве выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования, в возрасте 18-20 лет из числа ищущих работу впервые, действует программа «Первое рабочее место». Участие в ней предоставляет молодым людям возможность трудоустройства на временную работу по имеющейся либо смежной специальности, получения заработной платы, а также материальной поддержки в период временного трудоустройства.

Эффективным инструментом трудоустройства молодых специалистов являются ежегодно проводимые ярмарки вакансий для выпускников профессиональных учебных заведений.

Относительно эффективным инструментом решения проблемы занятости молодежи оказывается в современной России организация центров занятости населения при вузах, которые оказывают помощь выпускникам высшей школы в трудоустройстве. Центры содействия трудоустройству выпускников вузов являются своего рода связующим звеном между рынком образовательных услуг и рынком труда.

В НИУ «БелГУ» при управлении маркетинга образовательных услуг в 2012 году создан Центр профессиональной карьеры. Одной из основных целей деятельности этого подразделения университета является содействие занятости, профессиональной ориентации и социальной адаптации студентов и выпускников университета. Прежде всего, он занимается трудоустройством выпускников НИУ «БелГУ», а также подбором оптимальных мест прохождения практики студентами. Преимущество этой системы в том, что на протяжении всей учебы со студентом будет вестись работа по его профессиональной, практической и психологической подготовке к последующей трудовой деятельности. Выпускники могут опробовать эту систему уже сейчас с помощью группы в социальной сети «ВКонтакте», где активно выкладывается информация о поступающих вакансиях, сохранены заявки работодателей и анкеты соискателей, которые помогут правильно составить резюме, а также созданы темы для обсуждения по актуальным для многих вопросам [7].

В БГТУ им. В.Г. Шухова в настоящее время в условиях повышенного внимания государства и общества к проблемам учащейся молодежи в сложившейся экономической ситуации реализуется ряд направлений по содействию занятости студенческой молодежи, созданию эффективной системы трудоустройства выпускников. Для обеспечения тесной взаимосвязи рынка образовательных услуг и рынка труда в соответствии с рекомендациями Министерства образования и науки РФ, а также с учетом реальных социально-экономических условий в регионе в университете в 2000 г. была создана лаборатория профессиональной адаптации и трудоустройства специалистов, а в 2003 г. – научно-методический центр профессиональной адаптации и трудоустройства специалистов, который получил статус регионального в 2005 г. (РНМЦ ПАТС).

РНМЦ ПАТС призван способствовать процессу адаптации выпускников университета к современным социально-экономическим условиям и повышению их конкурентоспособности на рынке труда, а также принимать другие меры по содействию их реальному трудоустройству в тесном взаимодействии с внешними контрагентами различного уровня и подразделениями БГТУ им. В.Г. Шухова [8].

Таким образом, для решения проблемы трудоустройства выпускников вузов, на наш взгляд, представляется возможным введение частично практики распределения. Лучше предлагать распределение по желанию, то есть не обязательно, а по собственному обращению молодого специалиста. При таком распределении учитывать успеваемость, творческие достижения. Данная мера будет призвана гарантированно обеспечить пусть

небольшой, но все-таки нужный и полезный срок работы по специальности. Кроме этого, можно направлять студентов на работу в организацию, где он в период студенчества проходил стажировку.

Данная задумка представляется довольно перспективной и особенно важной для нынешних выпускников. Возможность прихода в качестве работника на место своей стажировки – это хорошее подспорье для «новоиспеченного» специалиста. От него смогут выиграть все: и работодатели, и «вчерашние» студенты.

Во-первых, проходя стажировку в той или иной организации студент, ещё во время учебы, начинает применять на практике, полученные теоретические знания.

Во-вторых, он имеет возможность окунуться в непосредственный рабочий процесс и тем самым осознать принципы своей будущей специальности, что представляется весьма проблематичным посредством лишь изложения и выучивания учебных дисциплин.

В-третьих, у студента есть шанс проявить себя. Ответственный подход к работе, творческое мышление, коммуникабельность и многие другие качества – это неоспоримые доводы к тому, чтобы именно такой молодой специалист позже, после получения диплома, получил приглашение и пришел в ту же организацию, в которой себя зарекомендовал.

Литература

1. Мишин, Ю.Д. Рекреация системы трудоустройства выпускников вуза – как нравственная основа их востребованности обществом / Ю.Д. Мишин, Т.М. Осина, В.Т. Прохоров, Л.Б. Томилина, Е.В. Прохорова. // Современные проблемы науки и образования. – 2010. – № 2. – С. 86-93. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/> (дата обращения: 19.09. 2013).

2. Чернышева, Н. И. Проблема трудоустройства выпускников учебных заведений и поиск путей ее решения / Н.И. Чернышева. // Наука и экономика. – 2011. – № 1. – С. 62-63.

3. Лотова, И.П. Модель региональной системы трудоустройства выпускников вузов / И.П. Лотова. – Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2009. – 78 с.

4. Стецунов, В. В. Трудоустройство выпускников системы профессионального образования в условиях кризиса: проблемы и перспективы / В.В. Стецунов. // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2011. – № 2. – С. 216-222.

5. Рязанцева, Л. В. Анализ сфер занятости выпускников ВУЗов и проблемы их трудоустройства / Л.В. Рязанцева. // Международная научно-практическая заочная интернет-конференция. – Москва, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.conf.muh.ru/> (дата обращения: 19.09. 2013).

6. Насибуллин, Р.Р. Молодежь на рынке труда крупного города / Р.Р. Насибуллин. // Социологические исследования. – 2007. – №11. – С. 140-142.

7. Официальный сайт Белгородского национального исследовательского университета (НИУ «БелГУ»). [Электронный ресурс]. URL : <http://www.bsu.edu.ru/> (дата обращения: 21.10. 2013).

8. Официальный сайт Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова (БГТУ им. В.Г. Шухова). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bstu.ru/> (дата обращения: 20.10. 2013).

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ

Е.А. Степовая,

*студентка кафедры социальной работы
социально-теологического факультета НИУ «БелГУ»*

4 курс

Научный руководитель Е.С. Сазонова,

старший преподаватель кафедры социальной работы НИУ «БелГУ»

В настоящее время наблюдается быстрый рост активности молодежи в социальных сетях. Эта проблема широко обсуждается и изучается, идет активный поиск путей использования социальных сетей для нужд образования и развития интеллектуального потенциала молодежи. Студенческая молодежь как социальная группа представляет наибольший интерес, так как является профессиональным и интеллектуальным потенциалом страны.

Сегодня Интернет для молодых людей является фактически одним из самых эффективных способов самовыражения, самообразования, расширения круга общения. Обеспечивая молодежь инструментами поиска информации и выстраивания общения на индивидуальном, групповом и массовом уровнях, Интернет стал одновременно условием и средой реализации самых разнообразных общественных инициатив.

Количество пользователей сети Интернет и количество информационных страниц постоянно растет. Для большинства молодежи Интернет становится привычным и удобным средством для общения и получения информации. Статистические исследования, проведенные в США, показали, что пользователями Интернет являются 100% студентов старших курсов и колледжей. Студенты активно используют Интернет в среднем проводя в онлайн 11 часов в неделю. 9 из 10 студентов ежедневно пользуются электронной почтой. Ищут в Интернет новости, информацию, работу. Компьютером пользуются почти 90% американских детей в возрасте от 5 до 17 лет, а 59% из них пользуются Интернетом. Подобные данные были получены в ходе исследований, проведенных департаментом образования США в 2001 и 2002 годах [1].

По данным исследования Фонда Общественное мнение в конце 2010 года доля Интернет-пользователей среди взрослого населения России составила 43% или 50 млн. человек [2].

По данным Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в мае 2012 года следует, что 57,8 млн. взрослого населения России (50%) пользуются Интернетом каждый месяц, а 44,3 млн. (38%) – ежедневно, мобильный интернет используют 34% пользователей, и ожидается, что к концу 2014 года число пользователей интернета в России составит 80 млн. человек, или 71% населения страны старше 18 лет [3].

Приведенные выше статистические данные наглядно показывают, что количество пользователей Интернета в России возрастает с каждым годом, но пока не достигло американского уровня.

Прогресс в развитии информационного общества России поставил под сомнение возможность безопасного существования личности молодого человека в хаосе информации, возможность сохранения и реализации молодежного потенциала. Это связано с тем, что информационное общество коренным образом изменяет отношение человека к миру, к другим к самому себе, предопределяя отклонения в развитии и поведении людей.

Отношение человека к миру обусловлено не только культурой, мировоззрением, субъективной реальностью, но и новой виртуальной реальностью. Новый тип реальности как положительно, так и негативно влияет на развитие человека. К числу привлекательных сторон Интернета можно отнести: ускорение различных процессов,

быстрая и качественная связь, источник получения информации, среда для сотрудничества и общения людей. Отрицательной стороной является то, что подростки и молодые люди Интернет используют в большей степени для развлечения. Сегодня дети и молодые люди нуждаются в углубленном использовании Интернет-ресурсов. Они должны учиться использовать ресурсы Интернета более творчески, чем просто играть или «чатиться» с друзьями. Образовательные учреждения и родители должны уделить внимание тому, чтобы научить молодежь более продуктивно использовать веб-возможности: например, участвовать в конференциях онлайн или создавать собственные сайты.

На наш взгляд, очень актуален, появившийся в 2012 г. образовательно-выставочный проект «Дети в Интернет» [4] – это комплекс образовательных мероприятий, объединяющий в себе интерактивные выставки и серию обучающих уроков для младших школьников. Целью создания проекта является информирование детей, родителей и учителей о потенциальных рисках при использовании Интернет, путях защиты от сетевых угроз и полезных возможностях Сети для образования, развития, общения и досуга. Проект реализуется оператором связи МТС совместно с Фондом Развития Интернет при поддержке Министерства связи и массовых коммуникаций РФ, Министерства образования и науки РФ, Лиги Безопасного Интернета, при участии «Google» и ряда партнеров.

В информационном пространстве, предоставляющем доступ к образовательным ресурсам, можно выделить ряд направлений, стимулирующих развитие интеллектуального потенциала подростков и молодых людей. Это федеральные и региональные образовательные ресурсы, конференции, выставки, конкурсы, олимпиады, энциклопедии, словари, справочники.

Потенциал сети Интернет связан не только с распространением накопленной человечеством информации, но и с развитием творческих, интеллектуальных способностей современной молодежи.

Интернет позволяет легко осуществить публикацию материалов. Как преподаватели, так и студенты с помощью специальных редакторов могут подготовить документы для публикации в Интернет и разместить их на бесплатных ресурсах Интернет (типа www.narod.ru, www.boom.ru или других) или специальных web-сайтах. Материалы становятся доступны для всех пользователей Интернет.

В Интернете публикуются лучшие работы обучаемых, методические рекомендации, лучшие курсы, задания, личные страницы студентов и преподавателей, рейтинги, планы занятий, результаты выполнения заданий и другая информация.

Основные преимущества публикации материалов в сети Интернет оперативность обновления материалов, легкость размещения и доступность с любого компьютера, подключенного к Интернету.

Сегодня в Интернете активно развиваются следующие проекты, направленные на развитие интеллектуального, образовательного потенциала молодежи.

С 2003 года начал действовать образовательный проект «Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», главными целями которого являются свободное распространение знаний во Всемирной Сети и предоставление услуг дистанционного обучения [5]. На сайте проекта представлены в открытом и бесплатном доступе несколько сотен учебных курсов по тематикам компьютерных наук, информационных технологий, математике, физике, экономике, менеджменту и другим областям современных знаний. Также на сайте располагаются несколько сотен книг, электронных учебников, а также видео лекций из ведущих вузов и в телестудии. Видеотека проекта насчитывает несколько тысяч часов лекций известных профессоров и докладов ученых.

Проект «Лифт в будущее» [6] – всероссийский молодежный интернет-портал с элементами социальной сети и системой кураторства, предназначенный для поиска, поддержки и дальнейшего развития талантливой молодежи из России и стран СНГ.

В рамках проекта создается Институт кураторства, который представляют профессионалы своей отрасли (представители науки, образования и бизнеса), курирующие участников программы. Куратор помогает каждому участнику разработать индивидуальную траекторию дальнейшего обучения и социального развития, способствует правильному принятию решений в сложных ситуациях выбора в рамках проектной, научной и образовательной деятельности участника. Кураторы отвечают за профессиональный рост студентов-стипендиатов конкурсов, проходящих в рамках проекта «Лифт в будущее». Они формируют научные и инновационные проекты, обеспечивая необходимое финансирование для реализации проекта. К участию в Проектах привлекаются не только студенты, но и наиболее активные школьники.

Молодые люди, используя Интернет как средство коммуникации, активно создают «виртуальные сообщества», объединяясь с теми, у кого есть схожие интересы.

Блоги представляют собой некое пространство для самореализации, генерирования нового знания, интересного для персональных пользователей блогов и групп. Можно предположить, что именно потребность в самореализации, возможность генерировать новое знание приводит к постоянному росту участников блогов во всем мире, в том числе и в России. Достаточно заметить, что в России количество участников таких блогов, как «Живой журнал», популярных социальных сетей «В контакте», «Одноклассники» и т. д. выросло за последние годы до десятков миллионов, причем основными участниками этих популярных ресурсов являются молодые люди, в том числе школьники и студенты. Участники блогов и социальных сетей являются создателями контента, который содержит как личную информацию, так и информацию образовательного характера. Группы участников делятся друг с другом информацией в области литературы, искусства, истории, географии, техники, в том числе и профессиональной информацией. Другим преимуществом этих сообществ можно считать возможности сотворчества, креативности, которые развиваются вместе с сервисами Интернета от оффлайн/онлайн технологий до создаваемых совместными усилиями Интернет - ресурсов

Примерами виртуальных сообществ являются вики-проекты, тематические порталы, социальные сети, многопользовательские сетевые игры. Наиболее интересными для молодежи представляются Вики-проекты. Это общее название сервисов Интернета, обеспечивающих быстрое создание гипертекстовых страниц. Вики обычно представляет собой некоторый сайт, страницы которого можно не только просматривать, но также и редактировать их, создавать новые страницы, публиковать документы. Вики-сайты, таким образом, создаются множеством людей, их содержимое формируется на основе личного вклада каждого из участников. Вики-сайты создают очень удобные возможности для совместной разработки проектов, предполагающих создание электронных материалов, их размещение и обсуждение в сети Интернет.

Таким образом, интернет-технологии позволяют использовать виртуальное пространство для совместной работы преподавателей, студентов и профессиональных сообществ по созданию новых интеллектуальных продуктов, в том числе и учебного назначения.

Всемирная паутина как динамичное коммуникативное пространство, позволяет реализовывать самые разные инициативы, способствуя конструированию гражданской культуры молодого человека. Возможность Интернета формировать новые общности с единой информационной базой и общим ценностно-нормативным фундаментом для взаимодействия привлекает социально-активную молодежь, и позволяет молодым людям раскрыть свой потенциал.

Литература

1. Канава, В.А. Интернет-технологии в образовании [Электронный ресурс]. URL: <http://www.teacher-edu.ru/wmc/arts/1107935250> (дата обращения: 27.10.2013).

2. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slideshare.net/omukovozov/2011-10001945> (дата обращения: 28.10.2013).

3. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / Под ред. В.В. Григорьева. - М.: ООО «Аналитик», 2013. – 92 с.

4. Образовательно-выставочный проект Дети в интернете. [Электронный ресурс]. URL: <http://detionline.com/mts/about> (дата обращения: 25.10.2013).

5. Интуит. Открытый национальный университет [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intuit.ru/intuituser/userpage> (дата обращения: 26.10.2013).

6. Проект «лифт в будущее» [Электронный ресурс]. URL: <https://lifftothefuture.ru/public/about> (дата обращения: 26.10.2013).

ГЕНЕРАЦИЯ АЛЬТЕРНАТИВ НА ОСНОВЕ ЧИСЛЕННЫХ ОЦЕНОК ВАРИАНТОВ ПОСТРОЕНИЯ КОНСТРУКТИВНЫХ БЛОКОВ

А.С. Тюха,

*студентка кафедры информационного менеджмента
института управления НИУ «БелГУ»,*

2 курс

Научный руководитель В.В. Ломакин,

кандидат технических наук,

*профессор кафедры информационного менеджмента
НИУ «БелГУ»*

Процесс принятия решений – основополагающий процесс не только в бизнесе, но и конструкторско-технологической и информационной сферах. От того, насколько правильно будет принято решение, зависит успех или неудача фирмы (или человека). В любом случае результат данного мыслительного процесса субъективен и зависит от многих факторов, таких как знание предметной области, учет современных тенденций, психологических особенностей субъекта принятия решения, а также его профессионализма, опыта и эмоционального состояния.

Важную роль в организации процесса многокритериального выбора управленческих решений играет генерация альтернатив, из которых необходимо выбрать наилучшую. Для упрощения данного процесса мы предлагаем разработку программного средства генерации альтернатив для выбора наилучших решений, основанного на методе морфологического анализа, в который введены численные оценки вариантов построения блоков. Это позволит максимально рационализировать процесс поиска новых идей и значительно упростить выбор лучшей из них. При разработке данного средства учитываются особенности, связанные с использованием специалистами в области принятия управленческих решений, в частности соответствующие математический аппарат и подход к организации интерфейса.

Морфологический анализ – метод систематизации перебора вариантов всех теоретически возможных решений, основанный на анализе структуры объекта[1]. Данный метод был предложен в 30-е гг. XX в. швейцарским астрофизиком Ф. Цвики и применяется при исследовании проблемных областей в целях поиска новых идей и решений. Причем основой выбора оптимальной комбинации частей, составляющих объект, является информация о каждой из них[2].

Данный подход хорошо поддается алгоритмизации и может быть реализован в виде программы для ЭВМ. Его суть заключается в разбиении всех вариантов на блоки и указании степени важности каждого из вариантов, а так же указании важности самих блоков. Таким образом, получается матрица признаков и оценок их значимости, на основании которой программа предлагает пользователю наилучшие варианты альтернатив. Если по определенным причинам важность признаков (блоков) не была оценена пользователем, программа автоматически распределяет ее поровну для каждого из расчета что общая сумма оценок – это 100%. В этом случае результатом ее работы будет генерация всех возможных вариантов принятия решения. Подобный подход к

использованию разрабатываемого средства не рекомендован, так как снижает его эффективность, поэтому желательно вводить все требуемые данные.

Рассмотрим алгоритм более подробно (рисунок 2). После запуска программы пользователю предлагается задать все необходимые значения: указать название первого блока (А, В, С), ввести параметры (a1, b1, c1), входящие в него, указать важность параметров (x_{a1} , x_{b1} , x_{c1}) и важность блока (x_A , x_B , x_C), таким же образом заполнить следующие. На данном этапе будет использоваться принцип морфологического анализа, а именно указание как можно большего числа известных вариантов, и здесь же мы предлагаем применить численные оценки значимости. Этот прием в нашем проекте очень важен, так как позволяет учесть предпочтения организации и потенциальных потребителей, производственные возможности предприятия. Вся введенная пользователем информация заносится в таблицу. Далее программа выводит полученную матрицу вариантов и значений на экран (рис. 1).

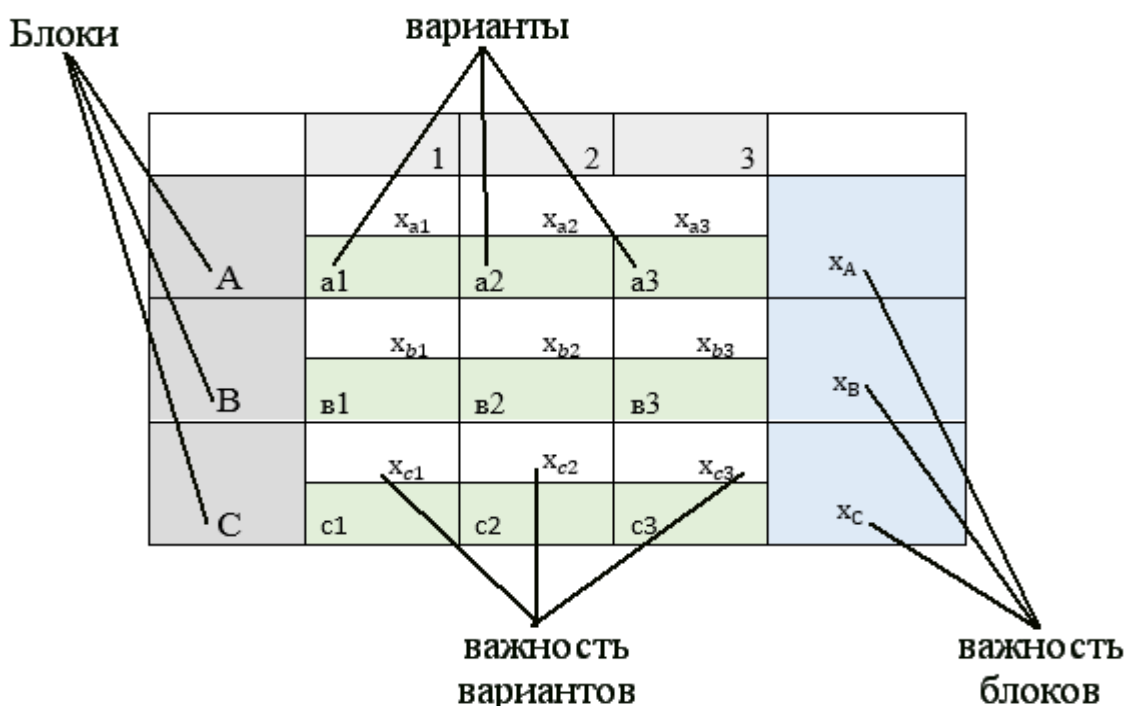


Рис.1. Матрица вариантов и значений

Оценить значимость генерируемых альтернатив можно по формуле:

$$V = \sum_{i=1}^k S_i * W_j, \text{ где}$$

S_i - вес варианта реализации блока;

W_j - важность конструктивного блока.

Затем, после выполнения математических действий, на экран ранжировано выводятся возможные варианты. Таким образом, наилучшие из них будут в числе первых.

Для наглядности можно привести следующий пример: пекарня хочет добавить новый вид десертных изделий, к тем, которые уже на потоке (хлеба разных видов, пирожные, торты, кексы, рулеты). Предположим, что в процессе принятия решения используется наша программа. В ходе проведения мониторинга продаж было выявлено, что посетители магазинчика булочной предпочитают покупать изделия с фруктовой начинкой, сливочным кремом и шоколадом, а так же спросом пользуются косички из слоеного теста. Так выпечка формируется вручную работниками пекарни, предпочтительнее форма «конверт», которая лучше других сохраняет целостность начинки и довольно экономична по времени.

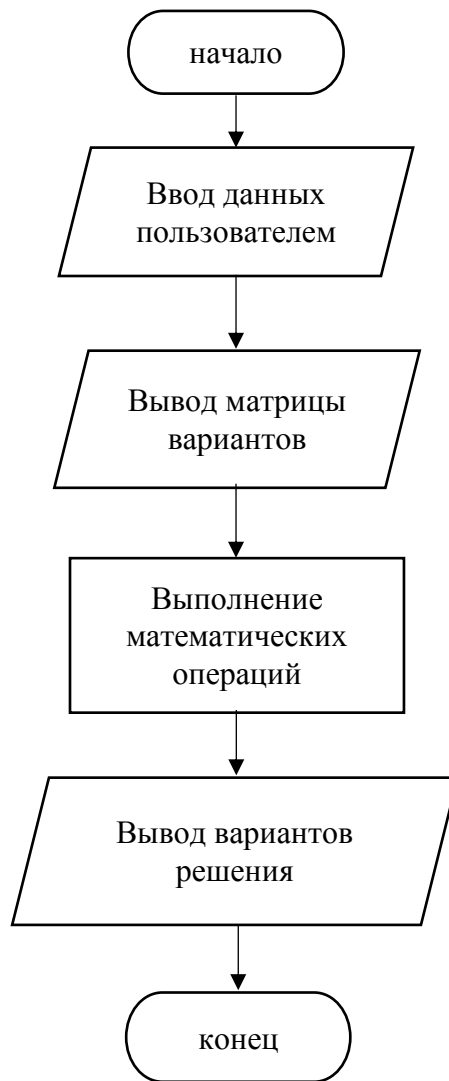


Рис.2. Общая блок-схема программы

По результатам социологического опроса, выяснилось, что большое число опрошенных покупают сладости в целлофановой упаковке, около трети – в картонной.

Всей этой информации достаточно для принятия данного решения, поэтому пользователь-специалист вводит следующие данные:

А – тесто [35%]: песочное (10%), слоеное (40%), дрожжевое (30%), без дрожжевое (20%);

В – начинка [35%]: без начинки (10%), фруктовая (20%), мак (10%), сливочный крем (15%), шоколадная (15%), творожная (13%), сгущенка (12%);

С – форма [20%]: квадрат (15%), круг (20%), конверт (30%), бантик (15%), специальная форма (20%);

Д – упаковка [10%]: бумажная (20%), целлофановая (50%), картонная (30%).

Получается матрица вариантов и значений их важности (рисунок 3).

	1	2	3	4	5	6	7	
Тесто	10%	40%	30%	20%				35%
	песочное	слоеное	дрожжевое	без дрожжевое				
Наполнитель	10%	20%	10%	15%	15%	13%	12%	35%
	без начинки	фруктовая	мак	сливочный крем	шоколадная	творожная	сгущенка	
Форма	15%	20%	30%	15%	20%			20%
	квадрат	круг	конверт	бантик	специальная форма			
Упаковка	20%	50%	30%					10%
	бумажная	целлофановая	картонная					

Рис.3. Матрица – пример морфологического анализа с численными оценками вариантов построения блоков

По результатам работы программы наилучшим вариантом является следующая комбинация параметров: слоеное тесто – фруктовый джем – форма «конверт» – целлофановая упаковка.

Таким образом, данное программное средство генерации альтернатив для поиска новых решений и выбора лучшего из них является одним из актуальных дополнений прикладного программного обеспечения в таких сферах, как бизнес, конструкторско-технологическая и информационная. Новизна данного подхода заключается в сочетании принципа морфологического анализа и численной оценки способов построения блоков, интеграция которых делает более рациональным процесс построения альтернатив из вариантов реализации выделенных конструктивных блоков. Важной особенностью разрабатываемой программы является наглядность, а именно упорядоченный вывод информации на экран в таблице. Еще одно преимущество ее использования – экономия времени: при морфологическом анализе необходимо самостоятельно перебирать все варианты, в нашем случае это сделает программа. Указание важности признаков и их блоков влияет на порядок вывода имеющихся вариантов решения, поэтому самые благоприятные будут показаны в первую очередь. А ранжирование, в свою очередь, позволит повысить степень объективности на заключительном этапе принятия решения.

Литература

1. Одрин, В.М. Морфологический анализ систем: постановка задачи, классификация методов, морфологические методы «конструирования» / В.М. Одрин. – Киев: Препринт ИК АН УССР, 1986.
2. Шеннон, К. Работы по теории информации и кибернетике / К. Шеннон. – М.: Изд-во иностр. лит, 1963.

СОЦИАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА БЕЛГОРОДА

А. С. Фетисова,

*студент кафедры социологии и организации работы с молодежью
института управления НИУ «БелГУ»,*

3 курс

Научный руководитель Т. В. Белых,

кандидат социологических наук,

доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью НИУ «БелГУ»

Проблема социально-экономического деления общества исследуется еще в трудах античных философов. Анализ сословий встречается в «Государстве» Платона и в «Политике» Аристотеля [1, 2].

Родоначалником современного понятия социальной мобильности считается П. Сорокин. Он различает два типа социальной мобильности: горизонтальную и вертикальную. Наиболее важным процессом является вертикальная мобильность, которая представляет собой совокупность взаимодействий, способствующих переходу индивида или социального объекта из одного социального слоя в другой. Именно это понятие – «вертикальную мобильность» – мы будем подразумевать далее под термином «мобильность».

Вертикальная мобильность в той или иной степени присутствует в любом обществе. Существуют определенные «мембраны», «лестницы», «лифты» или «пути», по которым индивиды перемещаются вверх или вниз из одного слоя в другой [3].

Молодежь является самой активной, мобильной и динамичной частью населения. Вместе с этим, данный возраст связан с личностным становлением, поиском своего места в социальной и трудовой жизни общества. В это время вопросы равенства шансов в социальной мобильности и в социальных перемещениях молодежи приобретают особую актуальность и остроту. Чем выше мобильность молодежи, тем выше ее дальнейшая социальная активность [4].

В ходе социологического исследования, направленного на изучение каналов социальной мобильности молодежи города Белгорода, было опрошено 40 человек. Возраст опрошенных – 17-30 лет. Респондентам было предложено ответить на ряд вопросов, касающихся данной проблемы. Полученные результаты представлены ниже.

По результатам исследования 82,5 % респондентов отметили, что в их жизни за последние 5 лет произошли события, которые повлекли за собой изменение социального статуса: смену учебного заведения на более высокую ступень (55,0 % ответивших), смену рода деятельности (профессии) (37,5 %), карьерный рост (35,0 %) и вступление в брак (22,5 %) (см. рис. 1).

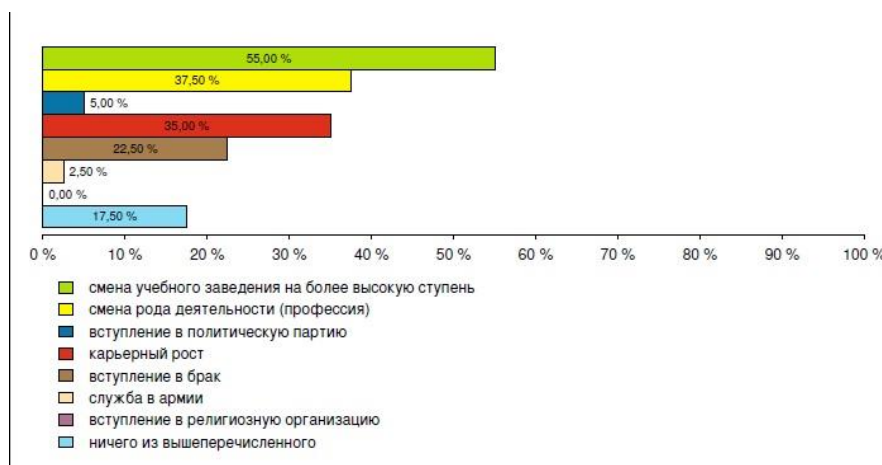


Рис. 1. Результаты опроса: «Отметьте, пожалуйста, события, которые произошли в Вашей жизни за последние 5 лет.»

Более половины респондентов (57,5 %) желали бы изменить свой социальный статус. Для смены своего статуса в ближайшие 5 лет у ответивших на первом месте (60,0 %) – карьерный рост, на втором месте – вступление в брак (35,0 %), на третьем (22,5 %) – смена рода деятельности (профессии). В современном обществе эти каналы социальной мобильности относятся к наиболее типичным для молодых людей. Также к ним можно отнести смену учебного заведения на более высокую ступень, которая, к сожалению, в нашем исследовании получила признание лишь 17,5 % респондентов. Это может говорить о неуверенности молодежи в том, что образование способно помочь им подняться вверх по социальной лестнице или же о том, что полученного образования, по мнению ответивших, достаточно для успешной карьеры (см. рис. 2).

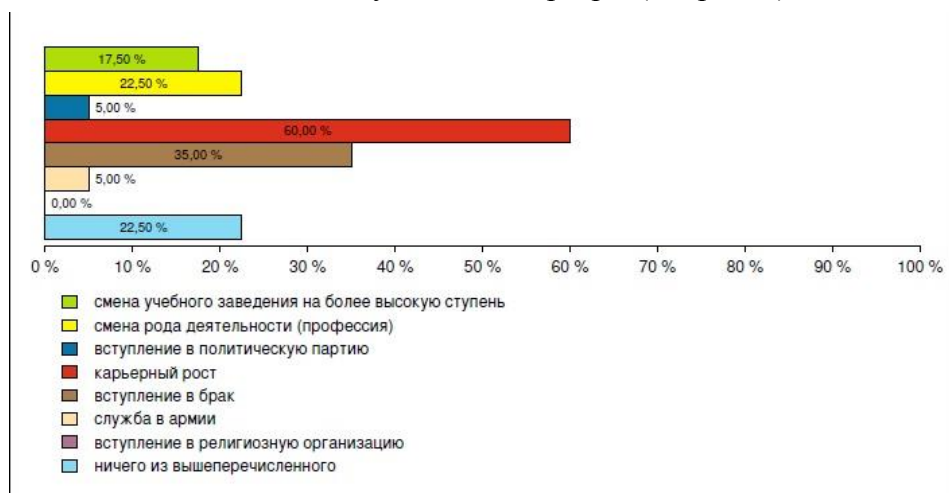


Рис. 2. Результаты опроса: «Укажите события, которые могут произойти в Вашей жизни в ближайшие 5 лет»

На вопрос о том, что может повлиять на смену социального статуса, более половины респондентов отметили личностный потенциал (52,2 %), менее четверти (20,0 %) опрошенных выделили помощь близких родственников как наиболее эффективный социальный «лифт».

При ответе на следующий вопрос 72,5 % респондентов отметили, что собираются в дальнейшем повышать свой уровень образования, хотя, как было отмечено выше, не считают данный канал ведущим для повышения социального статуса (см. рис. 3).

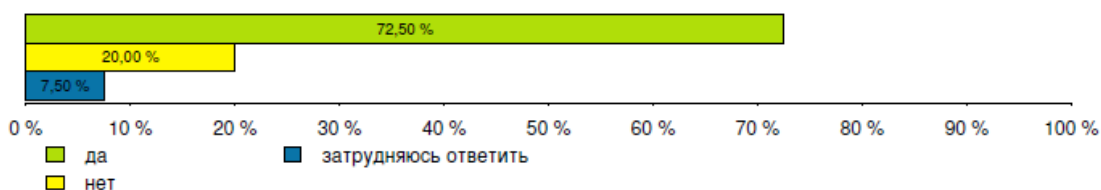


Рис. 3. Результаты опроса: «В дальнейшем Вы собираетесь повышать Ваш уровень образования?»

Гендерных отличий в ответах обнаружено не было. Для молодых женщин также как и для мужчин карьерный рост является ведущим «лифтом» социальной мобильности (у мужчин – 55,6 %, у женщин – 63,6 %).

Значительное влияние на вертикальную мобильность оказывает следующая проблема современного образования – это переход высшего образования от элитарного к массовому. Конечно, с одной стороны, сейчас очень престижно заявлять о своем высшем образовании, об окончании того или иного вуза – университета или академии. Но в российском образовании повторяются глобальные мировые тенденции превращения высшего образования из элитного в массовое. Его получают не только избранные, но и большая часть молодых людей, которые закончили средние школы [4].

Выявленные тенденции, особенности процесса социальной мобильности молодежи города Белгорода, позволяют сделать следующие выводы об основных каналах социальной мобильности.

Во-первых, карьерный рост является ведущим каналом социальной мобильности у молодежи города Белгорода.

Во-вторых, для современной молодежи образование не является приоритетным каналом, хотя оно и играет важную роль.

В-третьих, выбор социального «лифта» не детерминирован гендерными различиями.

Литература

1. Платон. Государство / Платон // Собрание сочинений в 4 томах. – М., 1994.
2. Аристотель. Политика / Аристотель // Сочинения в 4 томах. Т.4. – М., 1984.
3. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. Ред. Сост. и предисл. А. Ю. Самогонов: Пер с англ. – М.: Политиздат. 1992. С. 560.
4. Кухтерина, Е. А. Социальная мобильность молодежи : автореф. дис... канд. социол. наук / Е. А. Кухтерина. – Тюмень : Б.и., 2005. – 34 с.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА В ВУЗЕ (НА ПРИМЕРЕ ФГАОУ ВПО «БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»)

А.П. Фирсанов,

*Студент кафедры документоведения
историко-филологического факультета
педагогического института
3 курс*

*Научный руководитель Л. С. Половнева,
кандидат политических наук, доцент
кафедры документоведения НИУ «БелГУ»*

Качество информации определяет качество управления. В современных условиях для повышения эффективности управления необходимо уделять достаточное внимание совершенствованию работы с документами [1]. Правильно организованная работа управление делами снижает время необходимое для поиска документов, повышает точность и своевременность информации, устраняет ее избыточность. Можно добиться положительных результатов только после внедрения системы электронного документооборота.

Система электронного документооборота – комплекс устройств, программ и технологий позволяющих создать эффективную организацию и взаимодействие процедур формирования, обработки, пересылки и хранения электронных документов.

Специалисты выделяют следующие преимущества электронного документооборота: исчезают случаи потери документов; увеличивается скорость движения документов; обеспечивается точная маршрутизация документов; налаживается учет документов на местах; появляется возможность формирования отчетов, рассылки необходимого количества документов по каналам электронной почты; оптимизируется работа с документами в электронном виде от проекта до его подписания и рассылки.

Можно выделить следующие этапы внедрения СЭД:

- предварительное обследование организации с целью фиксации целей и сферы ее деятельности структуры, внешней среды, определение сильных и слабых сторон организации в области управления документацией;
- анализ управленческой деятельности, в ходе которого разрабатываются иерархическая классификационная схема, демонстрирующая управленческие функции, виды деятельности и отдельные операции, сопровождающиеся документацией;

- проектирование системы предполагает участие специалистов в области управления документами других экспертов работающих вместе с пользователями системы над разработкой технических требований, наилучшим образом отвечающих требованиям к документам;
- внедрение системы должно проводиться постепенно с использованием проектного планирования и соответствующих методологий;
- обследование системы после внедрения проводится в целях оценки эффективности ее работы, устранения обнаруженных недостатков и установления режима непрерывного мониторинга и регулярной оценки работы системы [2].

Для такого крупного учреждения как БелГУ, имеющего разветвленную структуру и территориально удаленные филиалы, наиболее эффективной формой оптимизации документационного обеспечения своей деятельности является создание автоматизированной системы документооборота.

После анализа систем электронного документооборота, имеющихся на рынке специализированного программного обеспечения и на основе составленных требований к системе электронного делопроизводства документооборота [3] и технического задания была выбрана система автоматизации «Дело».

Разработчиком САДД «Дело» является компания «Электронные офисные системы». Эта компания взяла курс на создание полноценной системы электронного документооборота. Движения документов в системе «Дело» происходит за счет изменения учетных записей о документе в базе данных. Компания «Электронные офисные системы» (ЭОС) была создана в 1994 г. В настоящее время она является одним из лидеров на рынке систем автоматизации документооборота и делопроизводства в России [4].

Главной особенностью системы автоматизации документооборота «Дело» является настраиваемость на ту уникальную схему документооборота, которая сложилась в организации. Кроме того, система «Дело» обеспечивает информационную безопасность: разграничивает права доступа пользователей к документам.

Основными целями и задачами внедрения СЭД «Дело» являются следующие:

1. Упорядочивание процессов подготовки, согласования, утверждения (подписания) документов, техническая поддержка регламента подготовки и оформления документации;
2. Упорядочивание процессов контроля исполнительской дисциплины в процессе согласования проектов документов и в процессе исполнения утвержденных (подписанных) документов, техническая поддержка регламента контроля исполнения поручений;
3. Снижение трудозатрат (материальных, временных) на подготовку, согласование и утверждение документации, высвобождение ресурсов;
4. Объединение в единый цикл процессов регистрации, исполнения, контроля исполнения и хранения (далее – обработки) документов структурных подразделений;
5. Сокращение временных и материальных затрат в ходе исполнения и прохождения документов;

СЭД «ДЕЛО» обеспечивает выполнение следующих функций: установка плановой даты исполнения документа, редактирование РК документа, проверка правописания, сканирование документов, формирование резолюций, ввод исполненных резолюций, учет движения бумажных документов, формирование справок, визирование проекта документа, передача документов и проектов между должностными лицами, подписание документов, проверка подлинности подписи, генерация ключей и сертификата ключей персонала, управление сертификатами персонала [5].

СЭД «Дело» имеет следующие опции:

- «Сервер электронного взаимодействия (СЭВ)» – организация полноценного взаимодействия систем электронного документооборота с контролем прохождения документов в организациях-адресатах.

- «ДЕЛО-Web» – web-доступ ко всем данным и функциям, благодаря чему сотрудники могут так же полноценно работать с документами, как за своим рабочим столом, находясь в командировке или вне офиса.
- «Управление процессами» – эта опция помогает специалистам в области процессного управления проектировать и создавать произвольные бизнес-процессы (например, произвольные процедуры согласования документов и т.п.).
- «Оповещения и уведомления» – данная опция служит для своевременного извещения через электронную почту сотрудников о приходе нового документа, поручения и т.д..

Специалисты выделяют следующие преимущества СЭД «Дело»:

- Простой в работе и интуитивно понятный интерфейс.
- Эффективные механизмы разграничения доступа различных пользователей к документам и функциям системы дают возможность определить, как и с какими документами будут работать сотрудники.
- СЭД «Дело» с поддержкой традиционного делопроизводства позволяет плавно и без риска перейти от «бумажного» делопроизводства к современным технологиям управления электронными документами.

1.2 Таким образом «Дело» – первая система автоматизации документооборота в России, получившая государственный сертификат наивысшего качества.

Одной из подсистем и воспользовался НИУ «БелГУ» при автоматизации работы территориально распределенных подразделений.

Возможности работы с использованием Web стали максимально приближены к совершенству с использованием системы «Дело» в локальной сети. В системе реализован полноценный web-интерфейс доступа к данным и функциям, позволяющий работать с документами через Internet\Intranet [6]. Кроме того, Web версия для БелГУ особенно удобна тем, что у университета существует своя интрасеть, которая позволяет даже территориально удаленным подразделениям оперативно осуществлять свою деятельность. Доступ к интрасети университета территориально удаленных подразделений осуществляется по выделенной защищенной линии. Внутри подразделения доступ к интрасети возможен как по кабельному подключению, так и по радиосети (Wi-Fi). Однако доступ в подсистему «Дело-Web» по радиосети закрыт исходя из соображений обеспечения информационной безопасности.

Понимания того, какие документы, к какой группе относятся, влияет и на то, как проходит регистрация документов. Как следствие разнородность в регистрации приводит к затруднению процессов информационно-справочной работы с документами. Так, виды документов, которые можно найти в структурном подразделении организации в журнале регистрации входящих документов (например, факсограммы) в регистрационных журналах других подразделений могут вообще отсутствовать. Это является еще одной из причин для внедрения СЭД в университете.

Таким образом, была разработана методика внедрения системы «Дело-Web» в НИУ «БелГУ». Она заключается в максимальном облегчении процесса освоения программы за минимальный срок обучения.

На начальном этапе внедрения СЭД «Дело» в НИУ «БелГУ» оптимизаторы столкнулись с первыми трудностями, выражающимися в психологическом неприятии нововведения работниками. Консерватизм персонала был обусловлен нежеланием обучаться и переобучаться. Решение возникшей проблемы заключалось в индивидуальном подходе к каждому человеку, учету его особенностей – как возрастных, так и профессиональных и личностных. Был учтен тот факт, что люди годами привыкали к одному способу работы, а им предложили резко переключиться на другой, совершенно непривычный, причем, не снижая нагрузку. Далее необходимо было обучить сотрудников работе с системой. Для этого были разработаны ряд технологических инструкций. Цель разработки инструкции пользователя заключается в том, что бы показать пользователю ход выполнения основных операций при работе с системой.

Структурно инструкция пользователя состоит из шести разделов:

- 1) регистрация документов;
- 2) прием зарегистрированных документов, поступающих для исполнения в структурном подразделении;
- 3) отправка документов, рассмотренных руководителем, контроль исполнения поручений;
- 4) работа с отчетами (исполнение резолюций);
- 5) визирование и подписание документов;
- 6) поиск документов.

Необходимость разработки технологической инструкции так же была вызвана и тем, что автоматизированная система (ее работа) строится на принципах классического российского делопроизводства. В классическом российском делопроизводстве документ после рассмотрения руководителем направляется на согласование с заинтересованными лицами и после визирования/согласования опять возвращается к руководителю для дальнейших действий [7].

Все операции, отражаемые в технологической инструкции пользователя, пошагово описывают процесс выполнения определенных действий, начиная с запуска системы и до удаления ПК из папки кабинета после выполнения поручения по данному документу.

Основные предполагаемые результаты внедрения СЭД «Дело» в НИУ «БелГУ» заключаются в следующем: во-первых, система может сопровождать традиционно принятый в учреждении документооборот, упорядочивая технологию делопроизводства и облегчая рутинные операции по обработке, поручений, отчетов по документам, движение бумажных оригиналов и копий документов; во-вторых, система позволит существенно расширить рамки традиционной организации документооборота за счет частичного или полного использования функций электронного документооборота и обработки документов на персональном компьютере.

Литература

1. Бобылева, М.П. На пути к информационному менеджменту (вопросы оценки деятельности служб документационного обеспечения управления в условиях автоматизации документооборота) / М.П. Бобылева // Делопроизводство. – 2011. – №1. – С 45-49.
2. Ватолина, М.В., Богусловская, В. В. Формирование системы управления документами как основополагающий фактор менеджмента организации / М.В. Ватолина, В.В. Богусловская // Делопроизводство. – 2013. – № 3 –С.28-32.
3. Требования к системе электронного делопроизводства документооборота (САДД) Белгородского государственного университета. – Белгород, 2007. – С. 9.
4. Справочная информация по системе автоматизации делопроизводства «Дело» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.edu.murmansk.ru/www/news/arhiv/2006-10-13.htm> (дата обращения: 20.10.2013).
5. Техническое задание на выполнение работы по внутривузовскому гранту «Внедрение САДЭД «Дело» на уровне «ректорат-управление делами-управление кадров». Предварительное обследование и анализ системы управления организационно-распорядительными и информационно-справочными документами Белгородского государственного университета на уровне среднего звена управления (утв ректором 14.01.2008). – Белгород, 2008. – 10 с.
6. «Дело» – система автоматизации делопроизводства и электронного документооборота [Электронный ресурс]. URL: http://eos.ru/eos/eos_delo (дата обращения: 20.10.2013).
7. «Дело-Предприятие» – система автоматизации делопроизводства и электронного документооборота [Электронный ресурс]. URL: http://www.galaxyit.ru/tax-laws/article_full.php?id=344 (дата обращения: 20.10.2013).

ЗНАЧИМОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

М.А. Фролова,

*студент кафедры организации предпринимательской
деятельности и менеджмента в АПК
ФГБОУ ВПО «Орел ГАУ»,
3 курс*

*Научный руководитель А.С. Волчёнкова,
ст. преподаватель кафедры организации предпринимательской
деятельности и менеджмента в АПК ФГБОУ ВПО «Орел ГАУ»*

*Если мы не дадим сегодня всего необходимого для молодежи,
то кого мы оставим после себя завтра?*

Дмитрий Лео

Молодежь – это будущее страны. На каждого из нас возложена ответственность за развитие государства и поддержание его статуса в мировом сообществе. Поэтому крайне важно с юных лет определить свои жизненные ценности, сформулировать планы на будущее и развивать в себе такие личностные качества, которые помогут в достижении поставленных целей. Чтобы сформироваться как личности, необходимо постоянно расти и самоутверждаться. При реализации своих идей молодежь нуждается в поддержке государства. Государство в свою очередь заинтересованно в успехе будущего поколения. Это и обуславливает существование и развитие молодежной политики государства, целью которой является социальное развитие молодежи, осуществляемое путем реализации ее интересов с учетом интересов всего общества.

Государственная молодежная политика – внутренняя политика государства, которая регулирует отношения между молодежью и государством. Она осуществляет свое действие на всех федеральных уровнях государства [1].

Федеральная целевая программа «Молодежь России» на 2011-2015 гг предусматривает законодательные акты, включающие нормы, непосредственно касающиеся молодежи: законы Российской Федерации «Об образовании», «О занятости населения в Российской Федерации», федеральные законы «Об общественных объединениях», «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений», указы Президента Российской Федерации по вопросам работы с молодежью [2].

Субъекты Российской Федерации разрабатывают и реализуют региональные государственные молодежные программы, учитывая при этом социально-экономические, демографические, культурные, этнические и прочие условия и особенности региона. Работа администрации города Орла по реализации молодежной политики производится на основе долгосрочной целевой программы «Молодежь города Орла на 2011-2015 годы», утвержденной постановлением администрации города Орла от 23.12.2010г. № 4320.

На уровне местного самоуправления в сфере государственной молодежной политики формируются местные бюджеты и фонды по расходам на реализацию государственной молодежной политики а так же создаются муниципальные учреждения, ведущие работу с детьми и молодежью. Например, за 2012 год на мероприятия, предусмотренные программой «Молодежь города Орла» на 2011 – 2015 годы было израсходовано 1 958,9 тыс.руб., основным источником финансирования выступил бюджет города Орла [3].

В Орле молодежная политика осуществляется структурными подразделениями городской администрации и их должностными лицами, молодежными объединениями, молодыми гражданами. Их деятельность создает условия для более полного включения молодежи в социально - экономическую, политическую и культурную жизнь общества. Тем самым исполнители молодежной политики помогают молодому поколению выбрать правильный жизненный путь и достичь успехов на этом пути.

Молодежная политика находится в постоянном развитии. Причем программа предусматривает поддержку не только городской молодежи, но и дает возможность проявиться талантливому молодому поколению сельской местности. Так, например, в 2012 году в Орловской области были проведены первые молодежные Дельфийские игры «Молодежь на селе» при поддержке Национального Дельфийского совета России. Помимо Орловской областной общественной организации «Орловский союз молодежи XXI века», которая является представителем Национального Дельфийского совета в Орловской области, организаторами областных Дельфийских игр выступили высшие учебные заведения города, в том числе ФГБОУ ВПО «Орел ГАУ» [4].

Можно сказать, что молодежная политика - это система мер по удержанию и поддержанию определенного социального статуса молодежи, которая не в состоянии улучшить свое социальное положение только собственными силами. Поэтому главной задачей государственной молодежной политики является создание условий для развития и реализации способностей и потенциала молодого человека и молодого поколения не только в собственных интересах, но и в интересах общества и государства.

Молодое поколение всегда характеризуется активностью, инициативностью и творческим потенциалом. Поэтому оно вправе считать себя движущей силой страны и главным фактором её развития и преобразования. Ведь от того, каких именно ценностных ориентаций будет придерживаться молодежь, будет зависеть успех преобразований страны.

Исходя из вышесказанного, можно смело сделать вывод о том, что государственная молодежная политика – успешный, а главное перспективный проект государства, развитие и эффективная реализация которого не только улучшает социальное положение в стране, но и делает молодежь счастливее.

Литература

1. Щенина О. Г. Тенденции и перспективы развития молодежной политики в РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://socprob.ru> (дата обращения: 29.10.2013)
2. Концепция федеральной целевой программы «Молодежь России» на 2011-2015 годы. Молодежь России 18 мая 2010 года [Электронный ресурс]. URL: www.mpra-sf.ru (дата обращения: 29.10.2013)
3. Отчет о работе управления по физической культуре, спорту и молодежной политике администрации города Орла за 2012 год [Электронный ресурс]. URL: http://www.orel-adm.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=1145:otchet-o-razviti-i-fizicheskoy-kultury-i-sporta-v-goro (дата обращения: 27.10.2013)
4. Положение о проведении Первых молодежных Дельфийских игр Орловской области «Молодежь на селе». Орловская область 2012г.

ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОГО И АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МИГРАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ В РФ

С.Д.Ченцов

*студент юридического института НИУ «БелГУ»,
2 курс*

*Научный руководитель С. Л. Макштарева,
кандидат юридических наук, доцент,*

доцент кафедры административного и муниципального управления НИУ «БелГУ»

С начала 90-х годов XX столетия масштабы миграционных перемещений приобрели беспрецедентный размах. По информации отделения народонаселения ООН, в начале XXI века в миграционный оборот было «втянуто» 218 стран мирового сообщества. «Количество людей, живущих вне стран своего рождения или гражданства, оценивается в 175 млн. человек, что составляет 3% от общей численности населения мира»[1]. На первый взгляд в

процентном отношении эта цифра не так уж и велика. Однако надо иметь в виду темпы роста рассматриваемого социального феномена. Численность сегодняшних международных мигрантов почти в три раза превышает их количество периода 50-х годов XX века. Кроме этого, в современном мире международное звучание зачастую приобретают и внутренние миграционные перемещения. «Их интенсивность, по экспертным оценкам ООН, составляет, начиная с 80-х годов прошлого столетия от 750 млн. до 1 млрд. человек»[2]. Иными словами, мигрировал почти каждый шестой житель планеты.

Необходимо подчеркнуть влияние миграционных процессов на мировую демографическую ситуацию. Уже само по себе возрастание миграционных объемов может стать свидетельством возрастания роли миграции в демографическом развитии. Если говорить о России, то нужно отметить, что нам жизненно необходима иммиграция для стабилизации демографических процессов. В 1992 г. депопуляция привела к естественной убыли населения, а распад СССР превратил проблему пополнения населения из сугубо внутренней во внешнеполитическую. Невзирая на определенные меры российского правительства, численность населения России продолжает сокращаться. За 2007 г. она уменьшилась на 237,8 тыс. человек, или на 0,17%, и на 1 января 2008 г. составила 142 млн. человек. Разные прогнозные оценки населения России в текущем столетии имеют, по большей части, пессимистический характер: в ближайшие 15–20 лет оно будет убывать. По разным оценкам, к 2015 г. численность населения России составит 130–140 млн. человек, а к 2025 г. –115–130 млн. жителей.

Миграционная ситуация, которая сформировалась в последнее время, самым непосредственным образом повлияла на дальнейшую модернизацию законодательства Российской Федерации, регулирующего правовые отношения в этой области и, соответственно, на изменение миграционной политики. Целесообразно сказать, что, будучи частью внешней и внутренней политики государства, миграционная политика находится в зависимости от всех составляющих политики государства, основным назначением работы которой является решение определенных задач. Соответственно, регулирование правовых отношений в области миграции находится в прямой зависимости от осуществления политического курса страны, развития экономического потенциала страны, от нужд общественно-экономической сферы общества.

Ответственность за нарушения в области миграции населения установлена статьями 18.10, ч.2 ст. 18.17 КоАП РФ. Для обеспечения соблюдения требований миграционного законодательства, недопущения противоправных действий органами контроля и надзора, правоохранительными органами принимаются меры по профилактике правонарушений в миграционной сфере.

В 2011-2012 годах и истекший период 2013 года выявлено более 24,5 тысяч административных правонарушений, связанных с пребыванием иностранных граждан на территории российского государства и осуществлением ими трудовой деятельности. Подвергнуто административному выдворению за пределы Российской Федерации 515 иностранных граждан.

Однако, существующий законодательный массив, регулированию которого подлежат вопросы, связанные с миграцией, не позволяет обеспечить наиболее общие подходы к их решению. Следовательно, в миграционном законодательстве вплоть до настоящего периода времени не нашли своего отражения такие основные понятия, как «миграция населения», «мигрант», «незаконный мигрант» и многие другие.

Правовую основу миграционной политики составляют Конституция России, федеральные законы «О гражданстве Российской Федерации» от 31 мая 2002 г., «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» от 25 июля 2002 г., «О беженцах» от 19 февраля 1993 г., «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15 августа 1996 г., иные федеральные законы, указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации и другие нормативные и правовые акты Российской Федерации, а также

международные договоры и соглашения, заключенные или признанные Российской Федерацией. Эти законы в значительной степени обеспечили законодательную реализацию целого ряда задач в регулировании миграционных отношений.

Важным шагом в развитии современной системы государственного регулирования миграции в Российской Федерации являются разработка и одобрение Правительством Российской Федерации Концепции регулирования миграционных процессов в Российской Федерации. В настоящее время Концепция считается едва ли не единственным комплексным правовым актом, в соответствии с которым должна выстраиваться вся система миграционных отношений в России.

Необходимо заметить, что на сегодняшний день в российском законодательстве количество нормативных актов в области миграции (в основном касающихся ее вынужденной составляющей), насчитывает более десятка федеральных законов, свыше ста действующих указов Президента Российской Федерации, постановлений и распоряжений Правительства Российской Федерации, нормативных актов различных министерств и ведомств, а также несколько десятков межгосударственных и межправительственных соглашений. Такое многообразие выдвигает на первый план задачу систематизации нормативного правового материала в области миграции. При этом его следует привести к структурному единообразию, отследить внутреннюю согласованность различных норм, а также осуществить мониторинг возможных пробелов и противоречий между федеральным и региональным законодательством и общепризнанными принципами и нормами международного права.

Необходимо также констатировать, что действующее законодательство РФ о миграции пока не позволяет в достаточной степени обеспечить осуществление эффективной миграционной политики в России. Миграционная ситуация имеет тенденцию к изменению, в связи с чем миграционное законодательство требует постоянного совершенствования, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Проследить взаимосвязимость международно-правового и административно-правового регулирования миграционных правоотношений является приоритетной задачей данной работы. «Существование сходства, различия, взаимосвязи и противоречий между международно-правовым и административно-правовым регулированием миграционно-правовых отношений позволяет установить, что в этих видах правового регулирования общественных отношений существуют единые, неизменные основы содержания, стадии осуществления и формы, которые обладают целым перечнем особенностей своего выражения в процессе правового воздействия» [3].

На основе всестороннего изучения стадий международно-правового регулирования социальных отношений можно отметить, что международно-правовое регулирование в области миграции населения позволяет воспроизвести сущность данного рода влияния на общественные связи. Вдобавок нужно отметить, что нельзя говорить о международно-правовом регулировании миграционных правоотношений, а необходимо понимать это регулирование как возникающее в миграционной сфере.

Стадия информационного и ценностного воздействия разрешает государству надлежащим образом выработать систему основополагающих принципов, приемов и правовых средств, необходимых для осуществления субъектами международного права своих субъективных прав и осуществления юридических обязанностей. По сути дела, на данной стадии можно проследить взаимодействие международно-правового регулирования отношений в области миграции населения и национального административно-правового регулирования миграционных правоотношений. Это взаимодействие выражается в формировании:

- а) задач, которые решает данный этап правового регулирования;
- б) международных стандартов, принципов, методов и концепций, на основе которых строится административно-правовой механизм реализации международных обязательств государства в области миграции населения;
- в) модельных международно-правовых актов в области миграции населения;

г) субинститутов и миграционно-правовых режимов государственного управления миграционными процессами.

Рассматриваемый этап лежит в основе построения и реализации системы минимальных международных миграционных стандартов защиты прав и свобод мигрантов. «Прежде всего, это относится к общепринятым принципам и нормам международного права и международным соглашениям Российской Федерации, в том числе по вопросам миграции, которые, в соответствии с ч. 4 ст. 15 Конституции Российской Федерации, включены в правовую систему России. Это касается выполнения Конвенции ООН 1951 г. о статусе беженцев и Протокола к ней 1967 г., к которым Российская Федерация присоединилась в 1992 году (в России они вступили в силу с февраля 1993 г.), ряда других международных документов»[4].

Стадия (этап) реализации и осуществления в процессе международно-правового регулирования общественных отношений, по своей сущности, радикально отличается от аналогичной стадии административно-правового регулирования. «Надо также признать, что понятие «реализация» норм международного права в национальной правовой системе не совсем уместно. Формы исполнения, использования, соблюдения могут быть реализованы субъектами международного права в системе межгосударственных отношений, но вряд ли применимы в системе национальных правоотношений. В связи с этим, стоит говорить не о реализации норм международного права в национальной правовой системе, а об их осуществлении. Этот термин в наибольшей степени безошибочно определяет характер процесса претворения в жизнь международных правовых норм»[5].

Прямое же применение норм о миграции населения выполнимо только лишь при наличии следующих требований:

а) в законодательстве государства должна быть определена воля государства на прямое применение в его национальном правопорядке норм международного права, что предусмотрено в норме ч. 4 ст. 15 Конституции РФ;

б) в международно-правовом акте должна отсутствовать директива на приведение национального законодательства в соответствии с требованиями международного акта;

в) международные договоры в области миграции должны вступить в силу, т.е. начать действовать;

г) государству необходимо проявить обязательность в отношении международного договора;

д) в отношении применяемых норм международного договора, государства не должно высказывать оговорки о неприменимости этих мер в отношении государства.

Следовательно, административно-правовое регулирование процессов миграции населения содержит многочисленные пробелы и недостатки, постоянно изменяется и дополняется, так как оно находится ещё только на стадии формирования. А нормативно-правовые акты в данной области совершенно не систематизированы.

Литература

1. Бачило, И.Словарь административного права/ И. Бачило, Т.Гандилов. – М., 1999. – 545 с.
2. Ястребова, А.Ю. Правовые основы современной миграции и формирование иммиграционной политики РФ/ А.Ю. Ястребова // Конституционно и муниципальное право. – 2008. – №15. – С. 18.
3. Алехин, А.П. Административное право Российской Федерации/ А.П. Алехин, А.А. Кармолицкий, Ю.М.Козлов. – М., 2000. – С. 43.
4. Тихомиров, Ю.А. Правовое положение мигрантов/ Ю.А.Тихомиров // Зарубежное законодательство и сравнительное правоведение. Выпуск 3. – 2006. – №6. – С. 17.
5. Материалы «Круглого стола», посвященного всемирному Дню философии. [Электронный ресурс].URL:http://anthropology.ru/ru/texts/sharov_av/modphil_14.html (дата обращения: 19.10.2013).

ПРОБЛЕМА ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В СРЕДЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

С.В. Юнакова

*студентка кафедры землеустройства и ландшафтного строительства,
БелГСХА им. В.Я. Горина,
I курс*

Научный руководитель С.Н. Шевченко

*кандидат философских наук, ст. преподаватель
кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин
БелГСХА им. В. Я. Горина*

В условиях современных социокультурных преобразований происходят существенные изменения в экономической, политической, социальной и духовной сферах. Это связано с утратой традиционных ценностей, отсутствием патриотизма и гражданственности, растерянностью и тревогой, неуверенностью в завтрашнем дне, чувством безысходности. Особенно остро проблема патриотизма и патриотического воспитания прослеживается в среде современной молодежи. От степени осознания молодыми людьми патриотической идеи зависит социальный мир, сплоченность общества и стабильность государства. Патриотическое воспитание на современном этапе развития является одним из актуальных направлений подготовки подрастающего поколения к будущей жизни в обществе. Поэтому проблема патриотического воспитания в молодежной среде, сегодня приобретает особую актуальность.

В современной научной мысли патриотизм определяется как нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержанием которого является любовь к отечеству, гордость за его прошлое и настоящее, готовность подчинить свои интересы интересам страны, стремление защищать интересы родины и своего народа [1]. Историческим источником патриотизма является закрепленное веками и тысячелетиями существование обособленных государств, сформировавших привязанность к родной земле, языку, традициям. Важным условием проявления патриотизма является сознательно и добровольно принимаемая позиция граждан, в которой приоритет общественного, государственного выступает не ограничением, а стимулом индивидуальной свободы и условием всестороннего развития гражданского общества [2]. Формирование духовно-нравственных, гражданских и мировоззренческих качеств подрастающего поколения, которые проявляются в любви к Родине, к своему дому, в стремлении и умении беречь и приумножать традиции, ценности своего народа, своей национальной культуры, своей земли осуществляется через патриотическое воспитание подрастающего поколения. При этом главная задача патриотического воспитания заключается в культивировании высших идей, традиционных ценностей связанных с защитой Родины, укреплением государства, обеспечением его жизненно важных интересов и устойчивого развития [3].

В настоящее время организация патриотического воспитания молодежи осуществляется в рамках Концепции государственной молодежной политики, федеральных и региональных целевых программ по военно-патриотическому воспитанию молодежи: «Молодежь России на 2006–2012 гг.», «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011–2015 гг.», областная программа «Патриотическое воспитание граждан Белгородской области на 2006-2010 гг.» Согласно программным требованиям, гражданско-патриотическое воспитание рассматривается как систематическая и целенаправленная деятельность органов государственной власти и организаций по формированию у молодого поколения высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и защите интересов Родины. Все это, безусловно, оказывает большое влияние на молодежь и способствует формированию ее гражданских и патриотических позиций.

Однако большая часть современной молодёжи не всегда понимает сущность и значение истинного патриотизма.

В этой связи нами проведен социологический опрос среди студентов БелГСХА им. В.Я. Горина. Цель исследования заключалась в изучении специфики формирования и воспитания патриотизма в сознании студенческой молодежи. Объем выборки составил 254 человека. Наибольшее количество опрошенных студентов составляют девушки – 76 %; юноши – 24 %. Основная часть участников опроса проживает в сельской местности – 74 %, количество городских жителей составило 28 %. По данным опроса, содержание феномена патриотизм в настоящее время не противоречит традиционному его пониманию. Так, по мнению большинства опрошенных, патриотизм проявляется, прежде всего, в любви к Родине – 53 %, в укреплении семьи и воспитании детей в духе патриотизма -15%. Гораздо менее значимы празднование исторических событий и юбилеев -11%, публичные и политические формы проявления патриотизма - голосование на выборах за патриотические партии - (3%), Участие в деятельности патриотических организаций как форму патриотизма отмечают 6 % респондентов. И уж совсем непопулярны и не пользуются уважением разговоры и беседы со знакомыми на патриотические темы – лишь 2% опрошенных считают их проявлением настоящего патриотизма. Современный патриотизм, по представлениям молодых людей, проявляется не столько в сфере политической борьбы и дискуссий, сколько в области повседневных межличностных взаимоотношений.

Патриотизм не заложен в человеке на генетическом уровне. Это, прежде всего, социальное качество индивида, которое не передается по наследству, а формируется на протяжении всей жизни. Сегодня патриотизм и любовь к Родине занимают одну из ведущих позиций в списке жизненных ценностей молодежи. На вопрос «Считаете ли Вы себя патриотом?» утвердительно ответили 75 % опрошенных, отрицательный ответ указали 10 % респондентов, затруднились с ответом 15 %. Однако такое отношение к патриотизму не подкрепляется конкретными действиями, направленными на следование его традиционному пониманию. Данные показатели свидетельствуют о противоречиях и трудностях в процессе политической социализации молодежи, об отсутствии или недостаточной работе необходимых институтов, обеспечивающих информационную поддержку данного процесса.

Исследования показали, как молодые люди осознают, кто и что влияет на них при формировании патриотических чувств. Вне конкуренции остается влияние родителей — 47 %, затем школа — 31 %, окружающие люди друзья -12%, СМИ — 8 % и на последнем месте органы власти — 2 %.

Важнейшей составляющей патриотического сознания является отношение к стране, своему родному городу (селу), готовность защищать интересы своей Родины. В этой связи молодым людям был задан вопрос: «Если бы у Вас была возможность, вы бы покинули Родину на длительное время?» Значительная часть участников опроса предпочитают жить и работать в своей стране - 39%; готовность уехать за границу высказали 36%. Покинуть страну при определенных гарантиях благополучия за рубежом согласны 29 % респондентов. Подобная статика вызывает абсолютно реальные опасения, что в случае опасности страну просто некому будет защитить. Многие молодые люди, считая себя патриотами, ведут себя апатриотично. Это происходит, когда родители хотят пристроить своего ребенка учиться за границей; выпускник вуза, закончив институт, мечтает уехать из России и работать в другой стране, а не там где родился.

Одним из определяющих признаков патриотической направленности личности является отношение к Родине. По мнению большинства опрошенных, Родина - это место где ты родился – 61%, не согласны с этим утверждением – 24% , затруднились ответить – 15%.

Каждый член общества, так или иначе, позиционирует себя в политической среде: разделяет те или иные политические взгляды, участвует или не участвует в выборах, в политических акциях. Политическая (или гражданская) позиция, политическая активность выступают, таким образом, как необходимый элемент в поведении молодежи. В данном случае значительная часть молодых людей- 58%, указывают, что в течение последнего

года ни они сами, ни члены их семей не участвовали в мероприятиях, проводимых в рамках госпрограммы по патриотическому воспитанию. В то же время 42% респондентов говорят о своём участии в мероприятиях патриотических клубов, в фестивалях и конкурсах, о посещении выставок по патриотической тематике.

По результатам исследования можно предполагать, что в современном обществе фактически формируется новая культура, в ценностно-нормативное поле которой активно вовлекается молодежь. Данная категория обладает своим, новым взглядом и отношением к традиционным ценностям. В этом заключается основная проблема формирования патриотизма в сознании молодых людей, так как основные его черты не являются достаточно выраженными у данной общественной группы. С изменением идеалов общества у молодого поколения выстраивается достаточно противоречивая система ценностей и ценностных ориентаций.

Анализируя в результате опроса полученные данные, можно сделать вывод, что многие представители молодого поколения считают себя патриотами, однако это не подкрепляется конкретными действиями, направленными на следование его традиционному пониманию. У большинства представителей современной молодежи не сформированы в достаточной мере гражданско-патриотические качества, отвечающие вызову времени. Решение данной проблемы связано с организацией работы вуза, направленной на формирование гражданской позиции студентов через содержание образовательного процесса, систему воспитания, включающих формирование нравственной, правовой и политической культуры. Вместе с тем необходимы новые подходы и методы работы с молодежью, позволяющие наиболее эффективно осуществлять воспитательное воздействие на ее социальную и политическую активность, служащие развитию гражданственности и патриотизма. Особая роль в формировании патриотических чувств молодежи принадлежит созданию в вузах студенческих патриотических клубов. В рамках образовательного процесса целесообразно вводить специальные курсы по гражданскому и патриотическому воспитанию молодого поколения. Немаловажным в данном случае является привлечение молодежи, в частности студентов, к участию в мероприятиях и конкурсах патриотической направленности, в деятельности научно-исследовательских студенческих обществ, в краеведческой и поисковой деятельности, в гражданско-патриотических акциях, благоустройстве исторических памятников и территорий.

Таким образом, патриотизм, патриотическое воспитание должны стать основой программ по сохранению собственного духовного, идеологического и культурного поля российской ментальности, самобытности народных традиций и обычаев, обеспечивающих своеобразие и неповторимость российской цивилизации. Именно опора на национальные культурные традиции, совмещение их с потоком экономических и социальных нововведений позволят не только смягчить естественное напряжение между «традиционным» и «современным», но и избежать тотального разрушения страны.

Литература

1. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн.: книжный Дом, 2003. – 1312 с.
2. Вырщиков, А.Н. Патриотическое воспитание молодёжи в современном российском обществе. Монография / А.Н. Вырщиков, М.Б. Кусмарцев. – Волгоград: НП ИПД «Авторское перо», 2006. – 210 с.
3. Козакова, И. А. Отношение патриотизма современного общества / И.А. Козакова. – М.: Обруч, 2009. – 440 с.
4. Вырщиков, А.Н. Служение Отечеству как смысл российского патриотизма. Научно-популярное издание/ А.Н. Вырщиков, М.Б. Кусмарцев. – Волгоград: НП ИПД «Авторское перо», 2005. – 320с.
5. Лутовинов, В.И. В патриотизме молодёжи – будущее России / В.И. Лутовинов. – М.: Фонд Андрея Первозданного, 1999. – 206с.

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОЧЕГО ДНЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

А. Н. Алексеев, В. В. Картушинский,
*магистранты кафедры экономики и управления на
предприятии (в городском хозяйстве)
института экономики НИУ «БелГУ»,
8 курс*

Научный руководитель В.А. Калугин
*доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой экономики и управления на
предприятии (в городском хозяйстве) НИУ «БелГУ»*

Ценен тот руководитель, который знает своё дело, умеет хорошо управлять и добиваться поставленных целей, независимо от его внешности и образования. Это главный стандарт настоящего руководителя. Но даже при наличии всех выше перечисленных навыков руководитель не будет успешным, если он не будет правильно организовывать своё время и рабочий день. Ведь такой ресурс как время стоит наряду со многими другими ресурсами: людьми, финансами и сырьём. Менеджер всегда находится в трёх измерениях в настоящем, прошлом и будущем. Время – необратимо. Его нельзя накопить, умножить или передать. Оно проходит безвозвратно. К сожалению, в России с давних времён сложилось представление о руководителе, как о человеке с минимальным количеством свободного времени, и чем меньше времени имел руководитель, тем более значительной персоной он казался. Но на самом деле это лишь говорит о низком уровне самоменеджмента, который представляет собой последовательное и целенаправленное использование испытанных методов работы в повседневной практике, для того чтобы оптимально и со смыслом использовать своё время.

Принять решение – это значить установить приоритетность. Оно предполагает выбор первоочередных дел и задач. Вопрос принятия решений встал из-за появления у руководителя проблем таких как: попытка выполнения сразу большого объёма работ, распыление своих сил на отдельные не существенные, но кажущиеся необходимыми дела. И к концу дня руководители приходят к выводу, что они проделали огромную работу за этот день, но главные проблемы и дела остались не решёнными. Многие руководители оправдываются, говоря, что они вынуждены каждый день делать много важных дел. Для того, чтобы так не получалось необходимо обязательно устанавливать приоритеты, что означает принять решение о том, каким из задач следует придавать первостепенное, второстепенное и т.д. значение. Если следовать этому правилу, то можно достичь следующего:

- Соблюдать установленные сроки;
- Получать большее удовлетворение от рабочего дня и результатов работы;
- Избегать конфликтов
- Избегать стрессовых ситуаций и перегрузок [1].

Очередность дел можно определять с помощью следующих методов:

- Принцип Парето (соотношение 80:20)

Он означает, что внутри данной группы или множества отдельные малые части обнаруживают намного большую значимость, чем это соответствует их относительному удельному весу в этой группе. Согласно этой теории можно сделать вывод применительно для рабочей ситуации руководителя: за первые 20% расходуемого времени достигается 80% результатов. Остальные 80% затраченного времени приносят лишь 20% общего итога.

- Установление приоритетов с помощью анализа АБВ.

Это техника исходит из опыта, что доли в процентах более важных и менее важных дел в сумме остаются неизменными. С помощью букв А, Б и В задачи подразделяются на

три класса, в соответствии с их значимостью. Анализ АБВ основывается на следующих трёх закономерностях:

- Важнейшие задачи составляют примерно 15% всего количества дел, которыми занимается руководитель. Вклад этих задач для достижения цели составляет около 65%.

- На важные задачи приходится около 20% общего числа дел, значимость которых также около 20%.

- Менее важные и несущественные задачи составляют около 65% всех дел, а в свою очередь значимость их составляет всего лишь около 15%.

Чтобы применить анализ АБВ необходимо следовать следующим пунктам:

- Составить список всех предстоящих задач.
- Систематизировать их по важности и установить очередность
- Пронумеровать эти задачи
- Оценить свои задачи в соответствии с категорией А,Б,В.
- Задачи категории А (15% всех задач) не подлежат перепоручению.
- Задачи категории Б (20% всех задач) подлежат перепоручению.
- Оставшиеся задачи самые маловажные и подлежат обязательному перепоручению.

- Ускоренный анализ по принципу Эйзенхауера.

Этот принцип является простым вспомогательным средством в тех случаях, когда необходимо быстро принять решение относительно того, какой задаче отдать предпочтение. Приоритеты устанавливаются по таким критериям как срочность и важность дела. Они подразделяются на 4 группы:

- 1) Срочные/ важные дела – необходимо выполнить их самому руководителю.
- 2) Срочные/менее важные дела.
- 3) Менее срочные/важные задачи. Необязательно выполнять их сразу, но выполнять их надо самому.
- 4) Менее срочные/ менее важные дела.

Благодаря принципу Эйзенхауера можно существенно увеличить производительность, продуктивность и результативность.

- Основы делегирования.

Под делегированием в общем смысле понимается передача задач своему подчинённому из сферы деятельности самого руководителя. Но при этом начальник сохраняет за собой ответственность за руководство, которое не может быть делегирована.

Передача задача или деятельности может осуществляться на длительный срок или ограничиваться разовыми поручениями.

Целесообразно отметить преимущества делегирования:

- делегирование помогает руководителю высвободить время для важных задач и немного разгрузиться;
- делегирование способствует использованию профессиональных знаний и навыков работников;
- Делегирование стимулирует раскрытие способностей, самостоятельности и компетенции подчинённых;
- Делегирование положительно воздействует на мотивацию труда сотрудников.

Для того, чтобы научиться правильно делегировать необходимо ознакомиться и принять во внимание следующие правила:

- Подобрать подходящих сотрудников;
- Распределить сферы ответственности;
- Координировать выполнение порученных задач;
- Стимулировать и консультировать подчинённых;
- Осуществлять контроль рабочего процесса и результатов;
- Давать оценку своим сотрудникам;
- Пресекайте попытки обратного или последующего делегирования.

Делегировать необходимо рутинную работу, специализированную деятельность, частные вопросы и подготовительную работу.

Ни в коем случае нельзя делегировать такую работу как определение целей, руководство сотрудниками, задачи высокой степени риска, и т.д.

Если подытожить всё выше сказанное, то можно остановиться на следующем:

1. Внимательно относиться к тому, что мы делаем.
2. Делегировать работу другим людям.
3. Отдавать отчёт себе в том, как мы тратим своё время.
4. Делать всё в своё время.
5. Ставить правильные цели.
6. Постоянно следить за распорядком дня.
7. Не забывать о поставленной цели и идти к ней наискорейшим путём.
8. Спланировать Свой день, неделю и даже месяц.
9. Не забывать о контроле выполнения сделанного [2].

От каждого человека требуется серьёзно и добросовестно подходить к организации своего рабочего дня, распределению времени, иначе человек рискует угодить в ловушку, которую готовят ему время и сам же человек, если не серьёзно относится к распределению времени. Таким образом, очевидно, что распределять дела и время потраченное на них следует так, чтобы этого самого времени хватало на все дела, и конечно же не следует забывать об отдыхе. Следующее на что следует обратить внимание это классификация дел по степени важности а также распределению и расчленению каждого серьёзного мероприятия, т.е. мероприятия, обладающие определённой степенью важности для вас. Не следует обходить внимание различные вспомогательные средства, помогающие организации своего времени, такие например как: различного рода органайзеры, электронные записные книжки, карманные компьютеры, и секретарь. Несмотря на то, что на эту тему написано много книг и опубликовано множество статей каждый человек должен сам сказать себе: «Я не хочу больше тратить время в пустую и я не хочу не успевать», тогда человек сделает самый трудный первый шаг по дороге к организованной жизни [3].

Литература

1. Кричевский, Р. Л. Если вы руководитель.../ Р. Л. Кричевский. – М.: Дело, 2008. – 126 с.
2. Ладанов, И.Д. Практический менеджмент / И.Д. Ладанов. – М.: Эликсир, 2009. – 35 с.
3. Зайверт, Л. Ваше время – в Ваших руках / Л.Зайверт. – М.: Интерэксперт, 2009. – 89 с.

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

Я.П. Алексеева,

*студент кафедры математики и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «БрГУ» (г. Братск),
3 курс*

Научный руководитель А.М.Патрусова,

кандидат технических наук, доцент кафедры математики и информационных технологий ФГОУ ВПО «БрГУ», (г. Братск)

Управление социальным развитием – деятельность, являющаяся специфическим видом менеджмента и составной частью управления персоналом. Функции управления социальным развитием выполняют структурные подразделения службы управления персоналом. Особенность этих функций в том, что они реализуются в соответствии со стратегическими планами социального развития организации [1].

В целом социальное развитие охватывает весь сложный механизм, приводящий в действие человеческую активность, последовательно развертывающуюся цепь потребностей, интересов, мотивов и целей, которые побуждают людей к труду, конкретизируют деловую ориентацию и ценностные установки персонала [2].

Развитие социальной среды – неперенный объект управления организацией и вместе с тем составная часть управления персоналом. По своему назначению управление социальным развитием ориентируется исключительно на людей, на создание для работников организации надлежащих условий труда и быта, постоянное улучшение этих условий. Соответствующее его основными целями являются: совершенствование социальной структуры персонала, его демографического и профессионально - квалификационного состава, регулирование численности работников, повышение их образовательного и культурно- технического уровня; улучшение эргономических, психофизиологических, санитарно- гигиенических, эстетических и иных условий работы, охраны труда и безопасности работников; обеспечение социального страхования работников, соблюдение их прав и социальных гарантий; стимулирование средствами как материального вознаграждения, так и поощрения эффективного труда, инициативного и творческого отношения к делу, групповой и индивидуальной ответственности за результаты совместной деятельности; создание и поддержание в коллективе здоровой морально- психологической атмосферы, оптимальных межличностных и межгрупповых связей, способствующих слаженной и дружной работе, раскрытию интеллектуального и нравственного потенциала каждой личности, удовлетворенности совместным трудом; рост жизненного уровня работников и их семей, удовлетворение потребностей в жилье и бытовом устройстве, продуктах питания, непродовольственных товарах и необходимых услугах, полноценное использование досуга.

По своей сущности социальное управление упорядочивает противоречивое взаимодействие между индивидуальными, групповыми и общими интересами для их совместной реализации. Социальное управление есть регуляция социальных отношений, определяющих положение и роль людей в обществе, направленность их интересов, деятельности, ее содержание и интенсивность. Социальное управление воздействует на общественные отношения, и прежде всего на отношений, складывающиеся по поводу вещей, средств производства, обеспечивая согласование многообразных интересов (территориальных, национальных, коллективных, индивидуальных и т. п.), организует социальные действия, достижение намеченных целей, общих результатов [3].

Содержание и формы управленческих решений, а также практических действий по социальному развитию предстают примерно в следующем виде и порядке:

- Базой благосостояния людей, повышения их жизненного уровня является эффективная экономика, что одинаково верно и в отношении народного хозяйства страны в целом, и применительно к результатам коммерческой деятельности отдельно взятой организации;
- Определяющим условием экономического успеха служат не столько ресурсный потенциал организации и форма собственности, сколько то, что продукция (товары и услуги), производимая акционерным обществом, частной, государственной или муниципальной организацией, нужна обществу и приносит прибыль;
- Эффективное функционирование и конкурентоспособность организации в решающей степени обеспечиваются ее персоналом, скоординированными усилиями людей,;
- Высокая отдача совместного труда достигается умелым управлением всеми сторонами развития организации, включая и постоянное обучение персонала, привитие ему самостоятельности, ответственности, заслуженной гордости за свою организацию;
- Важны настрой работников, благожелательная морально- психологическая атмосфера, уверенность каждого в том, что он защищен от социальных и профессиональных рисков, что его вклад в достижение целей организации, инициатива и усердная работа получают признание, справедливую оценку, достойное вознаграждение [4].

Современное развитие экономики, всей системы социальных отношений – переход общества от индустриальной стадии развития к информационной – обуславливает новый характер взаимоотношений людей в сфере их профессиональной деятельности с учетом внешних и внутренних условий:

Внешние условия – глобализация: стираются грани между государствами, идет активное кросс-культурное взаимодействие, растет число транснациональных компаний и фирм;

Внутренние организационные условия:

- принцип эффективности предусматривает, прежде всего, качество;
- управленческий стиль меняется с функционального на партнерский;
- на смену специалистам узкого профиля приходят профессионалы, работающие на стыке специальностей;
- формируется стиль работы командой [5].

Исследование уровня и степени социального развития в любой организации можно осуществлять различными способами. Можно акцентировать внимание на каком-либо одном конкретном факторе, составляющем сферу социального развития, а можно оценить и провести анализ в целом.

Актуальность исследования содержания и структуры управленческих компетенций в контексте организационного развития обусловлена тем обстоятельством, что управленческие компетенции выступают основой и залогом успеха создания ключевых корпоративных компетенций, обеспечения конкурентоспособности фирмы и в конечном итоге ее выживания и процветания [6].

Проведя анкетирование среди персонала конкретной организации, направленное на оценку уровня социального развития, достаточно просто полностью проанализировать ситуацию на предприятии; выявить сдерживающие факторы и возможные препятствия; а также достаточно легко сформулировать ряд рекомендаций по совершенствованию социального развития.

Практически каждый из сотрудников отметил, что нужно быть заинтересованным в своем рабочем процессе; очень важно ощущать себя «необходимой частичкой» всей организации, успешную деятельность организации в целом можно достичь только благодаря работе в сплоченном; успешном, креативном коллективе.

Данный анализ позволил сделать вывод о том, что руководству любой организации необходимо изучать и оценивать потенциал своих подчиненных с учетом всех факторов. Нужно подходить к этому, прежде всего с позиции психолога, изучая психологические особенности каждого, прежде всего как личности. Очень важно обучать, развивать и постоянно заинтересовывать сотрудников к работе в организации. К таким мероприятиям можно отнести следующие:

- ведение индивидуальной программы вознаграждений;
- разработка новых социальных гарантий для сотрудников;
- регулярная работа с персоналом в форме деловых игр, совместных совещаний, культурных мероприятий. С целью большего сплочения коллектива и развития интеллектуального и нравственного потенциала у каждого.

Эффективная работа с персоналом и достаточно ответственный к этому подход самого руководителя принесет желаемые и оправданные результаты. Ведь оттого, насколько каждый из сотрудников удовлетворен своим трудом, насколько его устраивает рабочая атмосфера во всем коллективе, зависит успех деятельности организации в целом.

Литература

1. Григорьева, Н.Н. Управление социальным развитием организации [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-college.ru/xbooks/> (дата обращения: 10.10.2013).
2. Дорофеев, В.Д., Шмелева, А.Н. Организационное поведение / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Ю.Ю. Частухина. - 142 с.
3. Менеджмент социального развития организации/ Учебно-методическое пособие, 2008/ [Электронный ресурс] URL: <http://www.pandia.ru/text/.php> (дата обращения: 10.10.2013).

4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2010.
5. Захаров, Н.Л., Кузнецов, А.Л. Управление социальным развитием организации / Н.Л.Захаров, А.Л. Кузнецов. 2006.
6. HR-Portal/ Управленческие компетенции в контексте организационного развития: содержание и структура. [Электронный ресурс] URL: <http://hr-portal.ru/article/> (дата обращения: 10.10.2013).

ВЛИЯНИЕ СЕТИ ДОРОГ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

С. М. Борисовский,

*студент кафедры менеджмент организации
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

*Научный руководитель **Ж. Н. Авилова,**
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента НИУ «БелГУ»*

Развитие сети дорог является важнейшим фактором, определяющим удовлетворения социально-экономических потребностей населения. Важность развития дорог отражена в различных программных документах на уровне всей страны, о чем свидетельствует принятие «Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 22.11.2008 № 1734-р, Постановления Правительства РФ от 14.06.2007 «О мерах, направленных на развитие сети автомобильных дорог в Российской Федерации, включая совершенствование системы финансирования дорожного хозяйства».

Экономисты активно изучают различные аспекты влияния развития сети дорог на развитие экономики экономических субъектов, проблемы развития дорог рассматриваются в работах авторов: А.В. Головинова, В.А. Федорова, А.Е. Сбитнев, М.В. Петроневич, И.А. Семина, О.Н. Ларин и др.

В работах А.Е. Сбитнева исследуется цепь взаимосвязанных эффектов, возникающих в результате влияния увеличения сети дорог на другие отрасли [1].

Но в большинстве работ при рассмотрении вопроса не используются статистические данные для обоснования выводов, некоторые работы по истечению времени уже потеряли свою актуальность. Остановимся, прежде всего, на рассмотрении влияния железнодорожного транспорта, исторически важнейшего среди остальных видов транспорта по степени влияния на развитие экономики России в целом.

В России уровень обеспеченности железнодорожным транспортом отстает от европейского и мирового уровня, причем развитие железнодорожного транспорта неравномерно по территориям. Россия занимает 54 место в мире по густоте железных дорог, уступая даже Египту по данным за 2007 год с сайта База данных экономической статистики о странах мира. Густота по России имеет значение в 24 раза ниже, чем в Чешской Республике. Данные для сравнительного анализа использовались за 2007 год с сайта База данных экономической статистики о странах мира, более ранних данных для сравнительного анализа по видам транспорта нет в наличие.

Представленные статистические данные на сайте База данных экономической статистики о странах мира содержат сведения по 67 странам мира, на первом месте находится по густоте железных дорог Чешская республика, на последнем месте – Австралия [2].

Отсутствие России в числе лидеров можно объяснить неблагоприятными для развития железнодорожного транспорта природными и климатическими условиями. Вечная мерзлота, высокая степень заболоченности отдельных территорий, наличие

большого количества природных водных препятствий и горных массивов, длительная морозная зима затрудняют прокладку железной дороги.

Малая плотность населения также делает нецелесообразным с точки зрения окупаемости сиюминутных вложений развитие железнодорожного транспорта. До сих пор в России, например, существуют регионы, которые вообще практически не обеспечены дорогами. Западная Сибирь также имеет крупные территории, не обеспеченные железнодорожным транспортом.

При правильной политике инвестирования в развитие регионов, поддержке строительства железных дорог как наиболее надежного вида транспорта с использованием инновационных энергосберегающих технологий, сам процесс развития инфраструктуры и импульс к созданию новых рабочих мест в ранее неосвоенных районах, обычно с высокими сырьевыми запасами приведет к дальнейшему экономическому развитию региона, будет способствовать повышению концентрации производства и уровня занятости на ранее слабо освоенных территориях.

Политика отдельного проекта, связанного с развитием конкретной территории, должна быть долгосрочной и комплексной, иначе возможно появление новых «БАМов», которые являются памятниками Великих строек социалистической эпохи, «дорогами в никуда».

Несмотря ни на какие объективные причины отсутствие сети железнодорожных дорог в отдельном регионе ведет к повышению себестоимости производимой продукции из-за высоких транспортных издержек, удорожанию поставок продовольствия в эти северные области.

Примером являются города Западной Сибири, не имеющие железнодорожного сообщения, в них из-за отсутствия железной дороги происходит удорожание продуктов питания как минимум на 20% от стоимости, чем в тех же городах Западной Сибири, имеющих железнодорожное сообщение. Например, в Нижневартовске, Лангепасе, Сургуте цены на хлеб гораздо ниже, чем в окружной столице Ханты-Мансийске, причем разница по отдельным наименованиям может достигать до 10-12 рублей. Причина удорожания – затраты на горюче-смазочные материалы на подвоз продукции ввиду отсутствия железной дороги до Ханты-Мансийска.

С точки зрения развития активизации потребительского рынка, выгодно было бы построить дополнительные ветви железнодорожного сообщения, сделать дороги двухколейными, повышение интенсивности железнодорожных перевозок будет стимулировать внутренний спрос, тем более что в этих регионах среднедушевой доход является достаточно высоким, из-за занятости населения в нефтедобывающей отрасли.

Развитость железнодорожного сообщения будет способствовать выравниванию цен на продовольствие в северных и центральных регионах, увеличению объема поставок из центральных регионов, и также мобильности населения в поисках работы.

Очевидно, что Западная Сибирь обеспечивает работой заметную долю экономически активного населения Поволжья, в том числе и Башкортостана благодаря хорошему железнодорожному сообщению между Поволжьем и Западной Сибирью. Не менее 20% экономически активного населения Башкортостана (преимущественно мужчин из сельской местности) занято вахтовым способом на нефтепромыслах и сопутствующих производствах в Западной Сибири.

Для Башкортостана это выгодно, так как заработную плату вахтовые рабочие тратят в республике, тем самым стимулируя спрос на продукты и услуги таких видов деятельности как строительство, оптово-розничная торговля, сфера услуг, образование и др., и, в конечном счете, стимулируют производство. Отрицательным эффектом занятости части экономически активного мужского населения Башкортостана за пределами республики является то, что ввиду занятости в нефтедобывающей промышленности, они отходят от непосредственного производства в пределах республики и от ведения сельского хозяйства, занимаясь им периодически в приезды. Оценка общего экономического эффекта по этой проблеме требует дополнительных исследований.

Влияние железнодорожного сообщения, влияет также на занятость населения в районах близких к Москве и связанных с Москвой железной дорогой. Например, на примере близких к Москве областей видно, что уровень безработицы там низок, несмотря на сравнительно невысокие экономические показатели. Этот факт объясняется именно близостью Москвы, потребности которой в рабочей силе пока не исчерпались из-за высокой концентрации капитала в Москве и Московской области [3].

Положение Башкортостана по развитию железнодорожного сообщения можно считать удовлетворительным, хотя анализ карты Башкортостана, показывает, что по густоте железнодорожного сообщения Башкортостан отстает от многих российских субъектов. По эксплуатационной длине железнодорожных путей, тыс. км Башкортостан занимает достойное 23 место среди субъектов России по данным Госкомстата за 2008 год. По важнейшему относительному показателю – густоте железнодорожных путей общего пользования, в километрах на 1000 кв. км территории, Башкортостан занимает всего 50-е место. Башкортостан для сравнения уступает Ингушетии, Дагестану, позади такие регионы, как Томская область, Республика Саха (Якутия) и др. Очевидно, имеется определенный потенциал наращивания густоты сети железнодорожного транспорта, как один из рычагов повышения инвестиционной привлекательности нашей республики.

Особенностью Башкортостана является то, что через территорию республики проходит Транссибирская железнодорожная магистраль, которая связывает наш регион практически со всеми крупными промышленными центрами страны. Напрямую по железной дороге из Уфы нельзя попасть в Ижевск, Пермь, Саранск, Йошкар-Олу, но есть другая железнодорожная ветка, проходящая через Янаул, частично решающая проблему железнодорожного сообщения с данными городами. С экономической точки зрения представляет интерес анализ и точный расчет возможных положительных и отрицательных последствий реализации железнодорожного сообщения между Уфой и перечисленными городами и регионами напрямую.

Практика показывает, что межобластное железнодорожное сообщение активно используется пассажирами и характеризуется высокой напряженностью грузопотоков, примером являются межобластные перевозки Самара-Уфа, Уфа-Самара, Челябинск-Уфа, Уфа-Челябинск.

Таким образом, можно сделать вывод, что ограниченность транспортной инфраструктуры препятствует развитию различных видов деятельности в любом регионе, способствует причиной высокой себестоимости произведенной продукции, низкой конкурентоспособности, высоким транспортным издержкам [4].

Особенно страдают от неразвитости транспортной инфраструктуры территории, зависящие от внешних поставок продовольствия и сырья.

Развитие сети дорог, в том числе, железнодорожного транспорта ускоряет товарооборот, сокращает затраты на формирование и хранение запасов, повышает привлекательность производимой в регионе продукции за счет снижения транспортных издержек, являясь важнейшим фактором, стимулирующим развитие инновационной экономики региона.

Литература

1. Галимов, И.А. О влиянии вида экономической деятельности «Образование» на экономику Республики Башкортостан / И. А. Галимов. – М. : Спутник, 2011. – 124 с.
2. Аксенова, Н.И. Финансовое управление развитием экономических систем: монография / Н.И. Аксенова. – Новосибирск : СИБПРИНТ, 2011. – 172 с.
3. Галимов, И.А. Расширение сети дорог как важнейший фактор развития инновационной экономики в регионе / И.А. Галимов. – Уфа : 2011. – 249 с.
4. Федорова, В.А. Государственная политика ценообразования в региональном дорожно-строительном комплексе и ее влияние на инвестиционную деятельность дорожно-строительных организаций / В.А. Фёдорова. – М. : ТЕИС, 2008. – 165 с.

4. Эксплуатационная длина и густота железнодорожных путей общего пользования по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru. (дата обращения 27.10.2013).

ДЕФИЦИТ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Д. А. Демьяненко,
*студентка кафедры менеджмент организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель И. В. Шавырина,
*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

В последнее время со страниц газет пестрят новости о проделанных работах, реформах, введении новых законов и все на благо общества, на наше с вами будущее. Но если задуматься, на что рассчитаны эти законы, нововведения, в избытке принимаемые нашими законодателями? Все думают о произведённом сиюминутном эффекте, и мало кто – о качестве.

Кого беспокоит вопрос о том, сколько простоят построенные за последние 10-20 лет мосты, дороги, дома? Случайно ли то, что у новой марки отечественного автомобиля, предъявленной В. Путину, не закрывается дверь? Случайно ли, что одна за другой не взлетают ракеты, падают спутники, не включается ГЛОНАСС, загораются в доках подводные лодки? Стыдно признать, но у нас даже церкви строятся с «оскорбительно низким качеством». По словам председателя комиссии Союза архитекторов по культовым сооружениям Михаила Кеслера, из тысяч новых храмовых комплексов «нет ни одного, который мог бы встать наряду с архитектурными сооружениями прошлых веков» [1].

Русские туристы, побывавшие в Европе, не перестают удивляться, почему в Париже, Лондоне, Вене, Риме не перерыты, как у нас, улицы и дворы? Почему там ежегодно не перекрашивают облезавшие фасады, не ремонтируют без конца дороги, теплотрассы? Жители Рима с гордостью рассказывают, что многие семьи живут в домах, построенных 200, 300 и даже 500 лет назад. Строили на века. Почему мы, россияне, живём в состоянии постоянного ремонта, аврала, доработки?

Трудно определить, что является большей проблемой в России - строительство «на скорую руку» или же дефицит квалифицированных кадров?

Если заглянуть в историю, то можно увидеть, что многие проблемы России не решались, а латались или откладывались на отдаленное будущее. Примером может послужить знаменитая хрущёвская эпопея со строительством панельных пятиэтажек. Да, «хрущёвки» помогли решить острейшую жилищную проблему – расселить коммуналки. Но, видимо, неслучайно возведённые на скорую руку пятиэтажки вскоре стали именовать хрущёбами, а сегодня власти вынуждены повсеместно осуществлять дорогостоящие программы по их сносу и расселению. Панельное наследие СССР стало труднейшей проблемой наших городов. И так многие ресурсы вливаются в те проекты, которые изначально являются провальными. То есть проблемы решаются здесь и сейчас без какого-либо взгляда в будущее.

От чего это происходит? Сравнительно недавно произошел казус с Олимпийским факелом Игр-2014. Государство потратило огромное количество средств на его разработку, и что, в итоге, получилось? Со стороны дизайна – он красив, но вот в чем проблема – плохо горит. Гаснет и у заслуженных людей, и не у самых заслуженных, гаснет во время трансляции по ТВ и тогда, когда этой самой трансляции нет.

Если вспомнить летнюю Олимпиаду 1980, данная проблема тоже решалась на государственном уровне. Целое управление проводило операцию под кодовым названием

«Прометей». Сначала эту задачу переложили на японцев, но в силу политической ситуации, те отказались от работы, и тогда задание передали Ленинградскому машиностроительному заводу имени Климова, который до этого делал авиационные и танковые газотурбинные двигатели. Мастера двигателей решили вопрос с факелом за 30 дней – ровно за тот срок, что был обозначен в государственном задании. Ведущий конструктор Борис Тучин и его товарищи не просто создали надёжный факел Олимпиады, а ещё и удовлетворили пожелания греческих товарищей. Те, видите ли, хотели, чтобы от пламени факела московской Олимпиады исходил аромат оливкового масла. Задача была выполнена, и факелы горели в любых условиях, как и было предписано техническим заданием.

Зимняя Олимпиада в Сочи для современных российских властей – проект не менее важный, чем Олимпиада-1980 для Политбюро ЦК КПСС. Средств уходит много, а факел гаснет.

На сей раз к услугам иностранных специалистов прибегать не стали, сразу доверив задачу отечественным инженерам и рабочим. Не учли одного – это уже совсем не те инженеры и рабочие, что в конце 1970-х. Кое-где, правда, по-прежнему те, только постаревшие на сорок лет и находящиеся в глубоко пенсионном возрасте.

Почему у нас должен стабильно гореть олимпийский факел, если у нас не могут стабильно летать давно проверенные и обкатанные космические ракеты? А они не летают не потому, что устарели, а потому, что на сборке некто путает датчики местами, прикручивает гайки не туда, куда надо, а то и вовсе забывает поставить на нужное место какие-то детали.

И эту проблему не нужно решать, передвигая с места на место руководящие должности, невозможным будет и убрать от дел таких неумех, просто потому, что других, хороших, брать неоткуда. У России катастрофический дефицит высококвалифицированных инженеров и рабочих, подобных тем, что за месяц создали факел Олимпиады-1980. Настолько катастрофический, что при наличии больших финансовых возможностей оказывается нереальным разработать и произвести безотказный олимпийский факел.

Система образования сейчас - это конвейер, производящий потребителей, а не творцов и созидателей.

Очень интересная политика наблюдается и в сокращении расходов федерального бюджета (табл. 1), которая показывает нам, что расходы на образование не увеличиваются, а с каждым годом продолжают сокращаться. Прежде всего, это значит, что уровень образования будет падать, а вместе с ним понижать уровень знаний, что приведёт к острой нехватке специалистов.

Таблица 1

Структура расходов федерального бюджета в 2013г.[2]

Статья	Расходы (трлн. руб.)	Как изменится к 2015 г. (%)
Социальная политика	1,8	+15
Оборона	1,0	+6
Полиция	0,8	+5
Экономика	0,6	-2
Содержание управленческого аппарата	0,35	-0,7
Образование	0,3	-5,5
ЖКХ	0,06	-28
Экология	0,01	+6

Организация малого и среднего предпринимательства «Опора России» совместно с компанией StrategyPartners оценили предпринимательский климат. В исследовании приняли участие более 6000 респондентов из 40 регионов, опрашивали, прежде всего, компании производственного сектора, в которых работает до 250 человек. Результаты представляют «печальную картину»[3].

43% всех респондентов назвали отсутствие подходящих кадров главным барьером для развития бизнеса. Более половины руководителей отмечают, что найти инженеров и технических специалистов сложно или практически невозможно. У непроизводственных подразделений тоже проблемы: почти треть компаний сталкивается с трудностями.

Представленные Владимиру Путину 21 экспертной группой данные по переработке Стратегии-2020 в 2011 году, говорят о том, что отечественные предприятия испытывают катастрофический дефицит квалифицированных кадров. «Дефицит заявляют 60% предприятий. С учетом их структуры – дефицит практически у каждого предприятия. Есть дефицит инженеров и даже квалифицированных экономистов и юристов», – говорится в материалах одной из рабочих групп[4].

Проблема осложняется еще и тем, что россияне сегодня оказываются просто не в состоянии занять пустующие на предприятиях рабочие места. Как указывается в материалах рабочих групп, представленных в правительство, все дело в том, что качество высшего образования в стране сегодня оставляет желать лучшего. Большинство вузов страны оказываются просто не в состоянии подготовить специалистов нужного уровня. «При сохранении нынешнего положения дел Россия не имеет перспектив в обрабатывающей промышленности и интенсивном сельском хозяйстве: будем вытесняться даже с собственного рынка», – говорится в экспертных материалах [4].

К 2013 году ничего не изменилось. Многие исследователи отмечают, что малый и средний бизнес свылся с коррупцией и административными барьерами, и теперь главная проблема – нехватка подходящих кадров.

Уже сейчас результаты исследования «Российская бизнес-элита: проблемы наследования и управления частным капиталом», проведенного совместно UBS и CampdenResearch, характеризуют степень проблем, с которыми сталкиваются предприниматели. Так вот, не менее значительным явилось то, что наряду с такими ограничениями, как замедление спроса, доступ к кредиту, денежные потоки, большей проблемой на этом фоне становится дефицит квалифицированных кадров. Данная проблема оказалась значимой для 45% опрошенных, в то время как замедление спроса важно для 20%, доступ к кредиту для 15%, денежные потоки -10%. Практически половина опрошенных руководителей испытывает трудности в поиске необходимых им трудовых ресурсов[5].

Как заявил директор аналитического отдела CampdenWealth Эндрю Портер, «в России проблемы с качеством образования, предприниматели продолжают страдать от разрыва между навыками выпускников вузов и потребностями компаний»[5].

Кадровый голод – острая проблема и для крупного бизнеса, замечает вице-президент РСПП Игорь Юргенс. Ситуация с квалифицированными кадрами еще тяжелее, добавляет он: молодые специалисты после университетов приходят с завышенными ожиданиями, а в сравнении с выпускниками 20-летней давности по уровню образования они зачастую ближе к закончившим ПТУ [5].

К чему это приведет абсолютно понятно, но вот определить каким путем решить эту проблему гораздо сложнее. Что делает государство? На недостаток специалистов, оно отвечает финансовыми поощрениями. Например, на необходимые профессии увеличивает количество бюджетных мест, а на более популярные соответственно сокращает. Однако эти финансовые хитрости никаких результатов не приносят. Выпускники теперь поступают на те же специальности, только уже на платной основе. Не привлекает их также и уровень заработной платы. И это при том, что зарплаты таких специалистов растут в геометрической прогрессии. Сейчас уровень доходов инженеров вполне сопоставим с западным. Технический диплом обеспечивает зарплату на 40 - 45% выше средней по региону, соцпакет и карьеру [6].

Можно предложить несколько возможных путей решения данной проблемы:

– в качестве основных причин дефицита высококвалифицированных специалистов отмечают несовершенную систему образования. Так как изменение системы образования очень длительный и дорогостоящий процесс, единственным выходом может стать самообучение персонала. Решение нужно искать внутри организации, например, выстроить собственную систему обучения;

– необходимо повысить интерес школьников, введя кружки, на которых будут рассматриваться с разных сторон те или иные профессии. Такие занятия должны быть в основном практического характера. Школьники смогут понаблюдать за развитием любой профессии в разных странах, узнать ее ценность, а также где можно обучиться тому или иному мастерству;

– следует укрепить связь между профессиональным образованием и профессиональным трудом. Т. е. образовательные учреждения обязательно должны сотрудничать с предприятиями различного уровня. Это способствует развитию практико-ориентированной направленности, к которой необходимо стремиться любому ВУЗу страны. Это также позволит увязать рынок профессий и рынок образовательных услуг.

Литература

1. Современному строительству православных храмов необходимо повышение качества» [Электронный ресурс].URL: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=52756> (дата обращения: 24.09.2013).
2. Министерство финансов РФ, информационно – аналитический раздел [Электронный ресурс].URL: <http://info.minfin.ru/fbrash.php> (дата обращения: 24.09.2013).
3. Исследование «Предпринимательский климат в России» [Электронный ресурс].URL:http://zakon.ru/Discussions/predprinimatelskij_klimat_v_rossii_priznan_surovym/656(дата обращения: 09.10.2013).
4. Промышленный рост обеспечат мигранты [Электронный ресурс].URL: <http://strategy2020.rian.ru/smi/20110405/361234773.html> (дата обращения: 09.10.2013).
5. Исследование: «Российская бизнес-элита: проблемы наследования и управления частным капиталом» [Электронный ресурс].URL: <http://www.gazeta.ru/business/2013/10/09/5699109.shtml> (дата обращения: 09.10.2013).
6. Все в инженеры [Электронный ресурс].URL: <http://www.kp.ru/daily/26139.5/3029333/> (дата обращения: 09.10.2013).

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПУТЕМ УЧЕТА ИХ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ

Е. В. Домарева,

*студентка кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель Ж.Н. Авилова,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента организации НИУ «БелГУ»*

На современном этапе развития высшего профессионального образования приоритетной становится идея развития высоконравственной личности, обладающей профессиональными и общекультурными компетенциями, умениями самостоятельно приобретать знания, принимать взвешенные решения, умения работать с информацией. Но помимо фундаментальных знаний в рамках своей специальности человек должен обладать компетенциями постоянной работы с информацией, которая в свою очередь бывает противоречива и неоднозначна. Динамично меняющаяся современная система образования также диктует требования на активную, независимую и творчески мыслящую личность.

Для того чтобы студент чувствовал себя уверенно в процессе принимаемых решений и собственного выбора, важно научить ее умениям анализировать предлагаемую информацию, отделять факты от мнений, уметь их анализировать с точки зрения их соответствия интересам личности, общества и производства. Я считаю, что главным аспектом образования должна стать ориентация на развитие продуктивного творческого мышления, которое дает возможность учащимся самостоятельно приобретать новые знания, применять их в разнообразных условиях современного рынка и действительности.

Таким образом, изучение и развитие особенностей творческой мыслительной деятельности студентов, их предрасположенности к нестандартным и креативным решениям является весьма значимой и актуальной темой современных исследований.

Для того чтобы наиболее подробно ознакомиться с данной проблематикой необходимо дать определения основным понятиям и выявить, что же в главной степени влияет на проявление творческих задатков студента.

С давних времен умы ученых и философов занимает вопрос: «Как возможно творческое мышление?»

Л. С. Выготский о проблеме творчества писал: «Творческой деятельностью мы называем такую деятельность человека, которая создает нечто новое, все равно, будет ли это созданное творческой деятельностью какой-нибудь вещь внешнего мира или известным построением ума или чувства, живущим и обнаруживающимся только в самом человеке. Интересно мнение Дж. Гилфорда о том, что у творческих людей нередко удивительным образом соединяются зрелость мышления, глубокие знания, разнообразные способности, умения и навыки и своеобразные «детские» черты во взглядах на окружающую действительность, в поведении и поступках. А понятие «креативность» впервые использовал в 1922 году Симпсон для определения способности человека отказываться от стереотипных способов мышления.

Современные ученые пришли к выводу, что творческие способности не являются тождественными способностям к обучению и редко отражаются в тестах, направленных на определение IQ. На данном этапе интерес исследователей вызывает не столько личность ученого (осмотрительного, точного и критически мыслящего человека), сколько личность изобретателя (нестандартного, оригинального и остроумного человека). В результате экспериментальных исследований среди способностей личности была выделена способность особого рода – порождать необычные идеи, отклоняться в мышлении от традиционных схем, быстро разрешать проблемные ситуации. Такая способность была названа креативностью (творческой). Креативность охватывает некоторую совокупность мыслительных и личностных качеств, определяющую способность к творчеству. Одним из компонентов креативности является способность личности к дивергентному мышлению. Познавательная сфера креативных индивидов характеризуется наличием широких категорий, синтетичностью в восприятии окружающего мира и высоким уровнем когнитивной гибкости. Исследованиями уровня креативности и зависимости степени проявления креативности от воздействующих факторов занимался Р. Стернберг. Согласно его концепции интеллектуальное поведение по отношению к внешнему миру может выражаться в адаптации, выборе типа внешней среды или ее преобразовании. Если человек реализует третий тип отношений, то при этом он проявит творческое поведение[1].

Много лет назад в истории когнитивной психологии Г. Уоллес описал четыре последовательных этапа творческого процесса:

1. Подготовка: Формулировка задачи и начальные попытки ее решения.
2. Инкубация: Отвлечение от задачи и переключение на другой предмет.
3. Просветление. Интуитивное проникновение в суть задачи.
4. Проверка: Испытание и/или реализация решения.

Данные этапы имеют весомое значение и в современной практике изучения вопроса творческого мышления и деятельности[2].

Также, приближаясь к индивидуальным творческим особенностям студентов, необходимо рассмотреть вопрос о функциональной асимметрии мозга.

Многочисленные эксперименты, связанные с анализом функций полушарий мозга, дали значительное количество информации, которую можно суммировать следующим образом. Полушария эквипотенциальны относительно простых функций и специализированы относительно сложных. Левое полушарие обрабатывает информацию, поступающую в мозг, последовательно. Именно с этим связано его участие в

функционировании речи, представляющей собой последовательность слов, каждое из которых является последовательностью фонем. Правое полушарие обрабатывает сигналы одновременно и холистически (целостно). Левому свойственен аналитический подход в решении задач, а правому - синтетический. Согласно данным разных авторов для низкокреативных персон межполушарная асимметрия выражена в большей степени, чем у высококреативных[3].

При исследовании межполушарных особенностей организации креативного мышления следует учитывать влияние не только интеллектуальных или креативных способностей, но и роль фактора пола или личностных свойств, в частности агрессивности и эмоциональности. Другая группа исследователей доказывает, что основой творческого типа мышления является доминирование правого полушария. Так, например, установлено, что высококреативные персоны характеризуются большей правополушарной активностью ЭЭГ, чем низкокреативные. Этот вывод сделан при сравнении мощности альфа-ритма в париетотемпоральных отведениях, причем указанная асимметрия проявлялась при выполнении креативных заданий.

Типы функциональной организации полушарий головного мозга (исходя из учений И.П. Павлова):

-отсутствие ярко выраженного доминирования одного из полушарий – смешанный тип;

-доминирование левого полушария (словесно-логический характер познавательных процессов, склонность к абстрагированию и обобщению);

-доминирование правого полушария (конкретно-образное мышление, развитое воображение).

Представителей «художественного» (правополушарного) типа отличают сила, непосредственность, целостность впечатлений, яркость и подвижность воображения, эмоциональность. По ряду исследований доминирование правого полушария характерно для музыкантов, художников, скульпторов, филологов[4].

Представителей «мыслительного» (левополушарного) типа отличает склонность к анализу, к систематизации, к более обобщенному и абстрактному мышлению. Доминирование левого полушария характерно для представителей технических профессий, менеджеров, экономистов.

Важная и неизбежная особенность учебного процесса в университете – это совокупность учащихся на одной дисциплине, но с разной функциональной организацией головного мозга. Важным является найти общие подходы к индивидуальным особенностям каждого студента. По данным теоретического исследования можно прийти к выводу - если в процессе обучения учитывать индивидуальные психофизиологические особенности учащихся, то потенциальные творческие возможности самого учащегося будут реализовываться наиболее полно.

На основании анализа и изучения представленной информации можно сформировать следующие рекомендации по развитию творческого мышления студентов:

- Использование различных видов тестирования для определения индивидуальных особенностей студентов, с целью дальнейшего применения результатов при проведении лекций и семинаров.

- Для наиболее эффективного восприятия информации возможна комбинация способов предоставления материала (таблицы, графики, изображения, сопроводительные видео).

- Включение в образовательную программу курса по повышению творческого потенциала. Уже известно применение нестандартного метода повышения потенциала мозга. В ее основе лежит теория всеобщей контактности известного художника-авангардиста Элия Белютина, развитая его последователем Владиславом Зубаревым.

Согласно ей, человеческий мозг способен лучше всего реализовать свой творческий потенциал во время рисования в стиле авангард. Художник-авангардист не копирует реальные предметы, он выражает свое отношение, свои эмоции, глядя на тот или иной объект. Его мозг может посмотреть на ситуации, людей и предметы с нестандартной стороны, а способность посмотреть на мир с разных сторон дает возможность сгенерировать инновационную идею, сделать изобретение или совершить открытие. Доказано, что дать положительный импульс, "расшевелить" наш мозг способна только авангардная живопись. Когда человек подходит к холсту и изображает предмет в стиле авангард, он не заикливается на форме, он сосредоточен лишь на сути, что дает мозгу хорошую тренировку для генерации нестандартных инновационных идей". Живопись в данном случае выступает как инструмент для нахождения нетрадиционного и эффективного способа решения задач в той области, в которой он трудится[5].

- Также необходим учет психофизиологических особенностей при разделении студентов для выполнения каких-либо заданий и работ. Наилучшим вариантом будет объединение студентов с разным типом функциональной организации полушарий головного мозга и различным типом восприятия информации. Тем самым у студентов появляется возможность контактировать между собой и получать информацию непривычным для них способом.

- Организация тренингов и курсов по развитию креативного мышления в качестве дополнительной учебной нагрузки.

- Одним из основных средств формирования креативного мышления у студентов является исследовательская деятельность. Исследовательская деятельность – это деятельность, направленная на решение творческих и исследовательских задач, которые необходимо решать в одну или несколько исследовательских операций. В данном случае востребован познавательный интерес и осуществляются практические действия с целью реализации личной потребности или решения профессиональной проблемы, которая содержит личностный смысл. Применяя основные положения исследовательской деятельности в рамках каждого предмета обучения и направления обучения в целом, возможно создание инициативных исследовательских кружков.

Таким образом, вышеизложенный материал доказывает, что, не смотря на различие психофизических особенностей студентов, всегда есть возможность развития их творческого потенциала и креативного мышления. Учет особенностей каждого ученика позволит это сделать более эффективно, так как эти особенности, в свою очередь, влияют на восприятие информации. А предложенные рекомендации позволят объединить студентов с различным типом мышления и раскрыть в них возможность мыслить нестандартно.

Литература

1. Квинн, В. Прикладная психология. / В. Квинн. – СПб.: Питер, 2000. – 560 с.
2. Барышева, Т.А. Креативность./ Т.А. Барышева // Диагностика и развитие: монография. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. – 205 с.
3. Симонов, П. В. Мотивированный Мозг / П. В. Симонов. – М. : Наука, 1987. – 272 с.
4. Еремеева, В.Д. Проблемы дифференцированного обучения: как научить каждого. / В.Д Еремеева. – СПб.: ГНУ «ИОВ РАО», 2003. – 59 с.
5. Российская Бизнес-газета: Карьера и менеджмент [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2013/04/30/einstein.html> (дата обращения 13.10.2013).

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ

Е. В. Домарева,

*студентка кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель Ж.Н. Авилова,

кандидат социологических наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента организации НИУ «БелГУ»

Проблемой, которая не теряет свое значимости из года в год, является трудоустройство молодых специалистов. Эта проблема является наиболее важной в сфере труда. Главной задачей в современном мире является наиболее полная реализация потенциала молодого специалиста, который должен не только иметь знания и уметь их применять в выбранной сфере деятельности, но и быть личностью, способной решать поставленные жизнью задачи: исследовательские, проектные, организационные, предпринимательские [1].

Актуальность исследования и анализа данной проблемы заключается в том, что молодые люди составляют около 35% трудоспособного населения России, и что самое главное, они – будущее страны, и от стартовых условий их деятельности зависит последующее развитие. Молодежь уже сегодня во многом определяет политические, экономические и социальные структуры общества. Вместе с тем она во всем мире является одной из особо уязвимых групп на рынке труда, особенно в нашей стране. Несмотря на все это, им уделяется мало внимания в научных исследованиях, средствах массовой информации, правительственных документах [2].

Молодежь в возрасте 18-24 года – это студенты и молодые люди, завершающие или завершившие в основном профессиональную подготовку. Они являются самой уязвимой группой, вступающей на рынок труда, так как не имеют достаточного профессионального и социального опыта, и в силу этого менее конкурентоспособны. В 25-29 лет молодые люди, в основном, уже делают профессиональный выбор, имеют определенную квалификацию, некоторый жизненный и профессиональный опыт [3]. Из-за перенасыщенности рынка труда более конкурентоспособными категориями населения молодежь является достаточно выраженной группой риска. Таким образом, молодежный сегмент рынка труда является его частью, поэтому подчиняется общим рыночным закономерностям формирования основных элементов предложения и спроса, их динамичного соотношения, цены рабочей силы, конкуренции, однако имеет свои особенности:

- Во-первых, он характеризуется неустойчивостью спроса и предложения, обусловленной изменчивостью ориентации молодежи, ее социально - профессиональной неопределенностью.

- Во-вторых, для молодежного рынка труда характерна низкая конкурентоспособность по сравнению с другими возрастными группами. Молодежь подвергается наибольшему риску потерять работу или не трудоустроиться

- В-четвертых, сам рынок характеризуется большой вариантностью. Это обусловлено тем, что на него выходят выпускники учебных заведений всех возможных профессий. Отсутствие спроса на региональном рынке труда на многие из них приводит к тому, что большая часть ищущих работу молодых людей трудоустроивается по специальностям, далеким от базового образования, и для значительного числа переподготовка является единственной возможностью получить работу. Кроме того, пятая часть молодых специалистов увольняется из-за неудовлетворенности профессией, характером труда уже в первый год работы после окончания учебного заведения.

- В - пятых, гендерный анализ свидетельствует о том, что на молодежном рынке труда создалась чрезвычайно сложная ситуация с женской занятостью: традиционно среди

выпускников учебных заведений, особенно вузов, девушки составляют значительную часть, однако работодатели при приеме на работу отдают явное предпочтение юношам[4].

Проанализируем соотношение численности молодежи в общем количестве безработных можно используя данные последних исследований Росстата (табл. 1)[4].

Таблица 1

**Распределение численности безработных по возрастным группам по Белгородской области
(по данным выборочных обследований населения по проблемам занятости,
в процентах на 11.10.2011)**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Всего	100	100	100	100	100	100
в том числе в возрасте, лет:						
до 20	7,6	14,4	13,0	4,2	3,7	3,9
20-24	20,9	13,4	27,1	22,6	24,1	21,2
25-29	10,9	10,5	20,2	14,4	14,3	16,4
30-49	50,5	54,8	31,4	44,1	44,2	48,5
50-54	7,1	3,1	4,8	10,2	9,3	7,3
55-59	1,6	2,8	3,5	3,7	4,4	2,7
60-72	1,4	1,0	-	0,8	-	-
Средний возраст, лет	34,5	33,0	30,4	35,0	34,2	34,3
Мужчины	100	100	100	100	100	100
в том числе в возрасте, лет:						
до 20	5,2	22,0	16,2	5,7	2,9	4,6
20-24	20,7	7,3	16,2	20,5	26,0	22,1
25-29	10,8	5,3	18,3	13,3	10,6	16,5
30-49	54,9	59,4	37,1	47,2	44,8	45,8
50-54	4,7	2,0	6,1	9,1	9,7	6,6
55-59	0,9	2,0	6,1	3,4	6,0	4,4
60-72	2,8	2,0	-	0,8	-	-
Средний возраст, лет	34,7	32,7	32,8	35,0	34,8	33,9
Женщины	100	100	100	100	100	100
в том числе в возрасте, лет:						
до 20	10,1	7,1	9,9	0,9	4,5	2,9
20-24	21,2	19,2	37,0	27,1	21,8	20,0
25-29	11,1	14,8	22,2	16,9	19,1	16,3
30-49	46,1	51,2	26,0	38,2	43,4	52,1
50-54	9,1	4,5	3,7	12,7	8,8	8,2
55-59	2,4	3,2	1,2	3,4	2,4	0,5
60-72	-	-	-	0,8	-	-
Средний возраст, лет	34,3	33,3	28,3	35,0	33,5	34,7

Молодежь в возрасте до 25 лет составляет в численности занятого населения 10,7%, в численности безработных - 27,5%. Уровень безработицы среди молодежи намного выше, чем в старших возрастах. В возрастной группе 15-19 лет уровень безработицы составил в среднем за 2010г. 31,9% (в том числе среди юношей - 28,6%, среди девушек - 37,1%), среди молодежи в возрасте 20-24 лет - 15,1% (среди юношей - 15,1%, среди девушек - 15,1%). При этом, среди городской молодежи в возрасте 15-19 лет уровень безработицы выше, чем среди сельской (соответственно, 34,2% и 28,6%). В возрастной группе 20-24 лет ситуация иная - уровень безработицы среди сельского населения в 1,4 раза выше, чем среди городского (соответственно, 13,7% и 18,7%).

В среднем среди молодежи в возрасте 15-24 лет уровень безработицы составил 17,2%, в том числе среди городского населения - 15,8%, среди сельского населения - 20,3%. Данные обследования населения по проблемам занятости показывают, что высокий уровень безработицы среди молодежи в возрасте 15-24 лет определяется, главным образом, низкой долей занятых экономической деятельностью, так как в этом возрасте значительная часть молодежи обучается в образовательных учреждениях.

Ниже, чем в среднем по группе населения с высшим профессиональным образованием, отмечается уровень занятости среди специалистов с высшим профессиональным образованием по направлениям сельское и рыбное хозяйство, образование и педагогика, металлургия, машиностроение и материалобработка (77-78%).

Также уровень безработицы выше, чем в среднем по группе населения с высшим профессиональным образованием, в группах специалистов по направлениям сельское и рыбное хозяйство, гуманитарные науки, экономика и управление (5,7-4,6%).

Самый низкий уровень безработицы (1,2%) отмечается среди специалистов с высшим профессиональным образованием по направлению здравоохранение[5].

Таким образом, мы можем наблюдать прямую зависимость между направлением получаемого образования и уровнем безработицы в этой отрасли.

Отдельно хотелось бы отметить молодых выпускников с гуманитарным направлением образования. Большинство специалистов и учащихся вузов воспринимают ситуацию с занятостью молодежи с высшим гуманитарным образованием в Белгороде и по всей России как нестабильную. Это связано с низким уровнем информированности о рынке труда и отсутствием четких перспектив будущего трудоустройства. Также причинами, которые мешают получить работу, являются: недостаток профессионального опыта, невостребованная на рынке труда специальность, недостаток профессиональных знаний и отсутствие информации о вакансиях [6].

Рекомендации по решению проблемы трудоустройства молодежи Белгородской области:

- Необходимо ограничивать расширение вузов, устанавливать определенную планку. Например, одно из решений - это «заморозить» набор на уровне любого предыдущего года. Чтобы избежать обвала рынка, необходимо в дальнейшем анализировать и контролировать потребность в специалистах определенного профиля. В большей части, как уже указывалось выше, это относится к молодым специалистам направлениям гуманитарного образования.

- Правовое и социально-экономическое просвещение молодежи в рамках университета. Как один из вариантов это могут быть бесплатные дополнительные внеплановые лекции, которые обеспечат необходимой информацией и психологической подготовкой студентов высших курсов, которым в ближайшее время предстоит выход на рынок труда.

- Сплочение взаимодействия вузов и работодателей. Обмен информацией для ведения статистики и отчетности - это своего рода обратная связь. Это необходимо для оценки востребованности специалистов определенного профиля, а также учета широких требований работодателей, которые периодически растут и влияют на систему образования.

- Содействие профессиональному росту молодых специалистов. Сюда можно отнести курсы по повышению квалификации, дополнительные направления образования. Данное обучение можно начинать как на старших курсах, параллельно с основным образовательным процессом, так и после окончания университета. Это поможет решить проблему конкурентоспособности маловостребованных направлений образования, расширяя специализацию и область применения знаний молодых специалистов.

- Уже известна практика применения реализации принципов междисциплинарного подхода при подготовке профессионалов - гуманитариев. Профессионал, работающий на стыке различных отраслей и областей знания, будет постоянно востребован современной экономикой. Это лингвисты, специализирующиеся в различных областях права, экономисты, социологи и политологи, специализирующиеся в области математического моделирования, специалисты в области клиентского обслуживания и логистики.

Таким образом, специалист гуманитарного профиля будет востребован на рынке труда только в том случае, если он будет уметь своевременно, свободно, уверенно

ориентироваться в мире людей и знаний и самостоятельно выстраивать свою профессиональную траекторию. Предложенные выше рекомендации могут помочь в решении проблемы трудоустройства молодых специалистов, окончивших высшее учебное заведение, так как университет играет важнейшую роль в самоопределении молодого специалиста и в его способности ориентироваться в высококонкурентной рыночной среде.

Литература

1. Бордачева, Н. В. Теоретические аспекты молодежного сегмента рынка труда [Электронный ресурс]. URL : <http://elib.bsu.by/bitstream/.pdf> (дата обращения 20.10.2013).
2. Либанова, Е.М., Палий, О. Рынок труда / Е.М Либанова, О. Палий. – Киев: Основы, 2004. – 491 с.
3. Махсма, М.Б. Экономика труда и социально-трудовые отношения / М.Б. Махсма. – К: Аттика, 2005. – 304с.
4. Дунаева, Н. Молодёжь на рынке труда / Дунаева Н. // Вопросы экономики. – 2004. – № 1. – С. 81-91.
5. Белгородстат [Электронный ресурс]. URL : <http://belg.gks.ru/> (дата обращения 20.10.2013).
6. Материалы круглого стола Совета ректоров вузов Санкт – Петербурга. Тенденции развития гуманитарного образования и потребности в специалистах гуманитарного профиля на рынке труда Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: http://lib.herzen.spb.ru/text/gumanitarnoe_vest2006_07_29_35.pdf (дата обращения 19.10.2013).

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Е.П. Гукова

*магистрантка кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,
6 курс*

*Научный руководитель С.Н. Прядко
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента организации
НИУ «БелГУ»*

Необходимость оценки человеческого интеллектуального капитала вытекает из объективных закономерностей и ключевых особенностей инновационной экономики, которые приводят к изменению внутренних потребностей развития социально-экономической системы (организации, региона) и самого работника как личности и, соответственно, к появлению новых научных концепций управления, без которых невозможно удовлетворение данных потребностей (управление интеллектуальным капиталом, человеческими ресурсами и инновациями). Изначально проблема оценки неосязаемых факторов возникла в информационно насыщенных компаниях, у которых объем материальных активов невелик, а интеллектуальный потенциал высок. Инвесторы не были склонны вкладывать средства в подобные компании, и перед менеджерами встала задача расчета величины их неосязаемых активов и доведения ее до инвесторов с тем, чтобы создать более адекватную картину о деятельности компании и ее перспективах [1]. Основой для оценки физического капитала являются затраты, которые уже сделаны. Затраты, которые способствуют повышению чьей-либо производительности, можно рассматривать как инвестиции, ибо текущие расходы или издержки осуществляются с тем расчетом, что эти затраты будут многократно компенсированы возросшим потоком доходов в будущем [2]. Рассмотрим возможные подходы к оценке человеческого интеллектуального капитала в организации.

1. Производственно-экономический (технократический) подход. В этом случае организацию интересуют, прежде всего, результаты интеллектуальной деятельности работника или структурных подразделений, которые могут принести доход и повысить ее конкурентоспособность. Другими словами, работник (группа работников) рассматривается как своеобразная «машина» по производству интеллектуальных продуктов (новых знаний). Соответственно, оценивается, прежде всего, предпринимательский коллективный интеллект организации, проявляющийся через функционирование соответствующих подсистем управления инновационной деятельностью. Подход применим в сферах деятельности, имеющих сокращенный экономический цикл развития, который связан с быстрым устареванием, а также с частой сменой потребительских предпочтений - сфера информационных технологий, бытовой техники, моды и др.

2. Личностно ориентированный подход предполагает соблюдение принципа «организация для работника». Соответственно, в данном случае организация реализует концепцию управления человеком. При этом она заинтересована в развитии работника, поскольку сама является самообучающейся и развивающейся социально-экономической системой. Оценка человеческого интеллектуального капитала осуществляется комплексно с целью повышения эффективности текущей деятельности организации и самого работника, а также с учетом их стратегических целей и потребностей развития. Безусловно, данный подход является более затратным, но, как показывает опыт зарубежных компаний, он позволяет обеспечить качественный прорыв в инновационном развитии и дает в перспективе неоспоримые конкурентные преимущества. При этом акцент на психофизиологическую (природную) или экономическую (искусственную) составляющие человеческого интеллектуального капитала возможен на отдельных этапах жизненного цикла конкретных инноваций или самой организации в целом.

На уровне региона возможны следующие два подхода к оценке человеческого интеллектуального капитала:

1. Корпоративно-отраслевой подход предполагает, что оценка человеческого ИК региона должна осуществляться на основе оценки человеческого интеллектуального капитала организаций, которые составляют производственно-отраслевые или научно-технические кластеры (так называемое интеллектуальное ядро) и вносят существенный вклад в формирование валового регионального продукта, инновационное развитие региона в целом. Данный подход применим для регионов, имеющих градообразующие предприятия, сложившиеся производственные кластеры и (или) характерные природно-географические и климатические условия, которые определяют преобладание тех или иных видов деятельности.

2. Статистический подход предполагает формирование системы статистических показателей-индикаторов, характеризующих потенциал (условия) и результаты функционирования человеческого интеллектуального капитала, прежде всего, в предпринимательской, научно-исследовательской и культурно-образовательной сферах, оказывающих наиболее существенное влияние на инновационное развитие региона. На основе данной системы возможно построение интегрального показателя качества человеческого интеллектуального капитала, представляющего собой рейтинговую оценку в системе других регионов с учетом энтропии индивидуальных индикаторов. Данный подход является более универсальным, но не всегда учитывает специфику того или иного региона. Основа для оценки интеллектуального капитала - стоимость, которая будет создана в процессе его будущего использования [3]. В современном обществе интеллектуальный капитал становится основой богатства. Именно он определяет конкурентоспособность экономических систем, выступает ключевым ресурсом их развития. В процессе создания, трансформации и использования интеллектуального капитала участвуют коммерческие предприятия, государственные и общественные учреждения и организации, т. е. все субъекты рыночных отношений. Способность экономики создавать и эффективно использовать интеллектуальный капитал все в большей мере определяет экономическую силу нации, ее благосостояние [4].

Полученные показатели эффективности основного интеллектуального капитала компании позволяют провести анализ его состояния.

1. Целевой интеллектуальный капитал. Оценка целевого интеллектуального капитала компании основывается на анализе того, насколько быстро окупаются затраты на организацию выпуска продукта. Наличие у компании затрат, которые необходимо вернуть, является обременяющим фактором для компании. Соответственно, целевой интел-лектуальный капитал можно считать затратным, обременительным по своей природе. Это «нагрузочный» коэффициент для компании. Таким образом, чем ближе КИКц к нулю, тем эффективнее окупаются затраты. При этом следует иметь ввиду, что как только затраты окупятся, цель организации выпуска-ка производства экономического блага будет достигнута. Перед компанией встают уже другие цели. Это означает, что целевой интеллектуальный капи-тал перестает существовать, его влияние на компанию исчезает и его значение можно приравнять нулю. В этом случае $КИКц = 0$. Сильные стороны: при $Кик < 0$ компания находится в устойчивой зоне развития. Влияние целевого интеллектуального капитала па деятельность компании исчезает. Наличие этого капитала является обременительным для фирмы, следовательно, его нулевое значение является положительной характеристикой работы компании и свидетельствует о том, что она прошла начальный период своего развития. Слабые стороны: При $Кик > 0$ компания находится в неустойчивой зоне развития. У компании существуют долги, которые требуют возврата. В ситуации, когда наблюдается превышение необходимых сумм возврата над доходами, можно диагностировать, что компания находится в предбанкротном состоя-нии и нуждается в санации. Эффективность основного интеллектуального капитала снижена.

2. Основной технологический капитал. Данный показатель оценивает эффективность внедрения новых технологий, оценивая соотношения затрат и выгод от осуществления инноваций. Для оценки эффективности основного технологического капитала компании необходимо сравнивать этот коэффициент с каким-либо базисным показателем: среднерыночным, среднеотраслевым, общепринятым или установленным внутри самой компании. Сильные стороны: если коэффициент эффективности основного ИКт превосходит или совпадает с базисным показателем (в сравнении с которым осу-ществляется оценка), то это свидетельствует об эффективности внедряемых инновации. Слабые стороны: если значение коэффициента эффективности меньше базисного показателя, это говорит о малой эффективности осуществляемых инновации.

3. Интеллектуальный капитал основных средств. Оценка «интеллектуальности» основных средств компании. Данная оценка производится в соответствии с критерием уникальности. Критерий уникальности гласит: основные средства, без которых осуществление производственного процесса невозможно, или издержки на замену которых во много раз превышают их настоящую стоимость, являются уникальными и входят в ИКос, т. е. такие основные средства можно назвать ин-теллектуальным капиталом компании. Так компьютер с одним и тем же программным обеспечением от Microsoft используется практически на всех современных фирмах и предприятиях. В тоже время создание станка для шлифовки зеркал крупных телескопов высотой в двухэтажный дом является плодом работы целого научно-технического института и экспериментального станочного производства. Стоимостная оценка интеллектуальных основных средств, которая представляет собой совокупность рыночных стоимостей, входящих в него ин-теллектуальных основных средств. Оценка эффективности ИКос компании на основе расчета коэффициентов фондоотдачи и интеллектуальности [5].

Интеллектуальный капитал в условиях современного бизнеса становится все более важным фактором в процессе создания экономической стоимости. Материальные активы, как и прежде, остаются важными факторами производства продуктов и услуг. Однако их относительное значение снизилось, в то время как роль нематериальных активов, связанных с обладанием знаниями и навыками, возросла. Ценность, которую создает

компания, зависит от того, как она использует свои ресурсы и конкурентные преимущества, насколько эффективно она ими управляет. Таким образом, интеллектуальный капитал выражается не в сумме нематериальных активов, а в способности компании извлекать из них экономические выгоды. Инвестиционные решения, принимаемые менеджментом для создания, развития и сохранения знаний в организации, имеют стратегический характер и направлены на поддержание конкурентного преимущества. Грамотно построенная система управления знаниями и интеллектуальный капитал в компании способствует принятию эффективных решений, нацеленных на максимизацию стоимости бизнеса и получение конкурентных преимуществ, которые невозможно скопировать конкурентам.

Литература

1. Просвирина, И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы/ И.И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – №4. – С. 103-120.
2. Горфинкель, В. Я., Купрякова Е. М. Экономика предприятия/ В. Я. Горфинкель, Е. -М. Купрякова. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 244 с.
3. Гапоненко, А. Л., Орлова Т. М. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации/ А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М.: Соц. отношения, 2003. – 177 с.
4. Пострелова, А. В. Оценка интеллектуального капитала предприятия/ А. В. Пострелова, М. В. Донскова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). – СПб: Реноме, 2013. – С. 53-56.
5. Гребенкин, А.В., Пермякова А.М. О методах оценки и управления интеллектуальным капиталом фирмы/ А.В. Гребенкин, А.М. Пермякова // Инновации. – 2009. – № 4 (126). – С. 103-106.

ЭЛЕКТРОННЫЕ КАНАЛЫ МАРКЕТИНГА И ДИСТРИБУЦИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Ю.С. Качай,

*студент кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»,*

3 курс

О.В. Федоренко,

*студент кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»,*

3 курс

М.И. Башманова,

*студент кафедры технологии продуктов
питания и сферы услуг*

факультет бизнеса и сервиса НИУ «БелГУ»

4 курс

Научный руководитель А.М. Кулик

ассистент кафедры технологии продуктов питания и сферы услуг НИУ «БелГУ»

Основная цель любой деятельности организации состоит в том, чтобы привести ее к успеху, закрепиться на рынке, дать ей возможность развиваться. Смысл бизнеса состоит в совершенствовании стратегии и тактики борьбы за место на рынке, в стремлении к идеальному состоянию и функционированию. Приумножение капитала, получение прибыли и развитие компании – составляющие, без которых бизнес не может существовать. Так же он немислим без грамотных профессионалов-менеджеров, которые могут мобилизовать людей для реализации задуманного.

Деятельность менеджера не является однообразной. Менеджер вынужден постоянно совершенствовать свое мастерство, осваивать новые технологии в соответствии

с условиями рынка и требованиями потребителей. Так возникла потребность в поиске новшеств и инновационном менеджменте. Инновационный менеджмент – сравнительно новое понятие в предпринимательских кругах. На смену одним методам управления приходят другие. В современных условиях инновационной деятельностью вынуждены заниматься все организации для поддержания своей конкурентоспособности на рынке.

Методы менеджмента за многие годы своего существования претерпели ряд изменений. Сегодня наибольшую популярность приобрела модель «маркетингового управления», которая представляет собой долгосрочное планирование и прогнозирование с опорой на исследования рынка, поведения и привычек потребителя, использование комплексных методов формирования спроса и стимулирования посредников. В этой модели электронные каналы маркетинга и дистрибуции играют важную роль. Информационное обеспечение управления стало стратегическим элементом организации современного управления, игнорирование которого – признак непрофессионализма и недальновидности менеджера.

С появлением сети интернет значение электронных каналов маркетинга возросло в разы. Для того, чтобы проникнуть в каждый дом, телефонной связи потребовалось столетие. Интернет прошел этот путь за 20 лет. Интернет способствует продвижению товаров и услуг на рынок и обеспечивает присоединение к нему новых потребителей и производителей [1]. На российском рынке развиваются новые формы коммуникаций. Развитие цифровых сред открывает возможности для внедрения цифровых маркетинговых процессов и увеличение эффективности маркетинга.

Интернет, как канал маркетинга и дистрибуции имеет ряд преимуществ. Три силы движут ростом интернета и электронной коммерции: цифровое предоставление информации, сетевые эффекты и гибкие отношения с потребителями. Главным преимуществом интернета является объединение своих пользователей в единую сеть, что способствует развитию мирового рынка. Например, любой пользователь сети интернет без труда может заказать технику из Америки, косметику из Франции и одежду из Европы. Производители, используя электронный обмен информацией по всему миру, расширяют свои торговые горизонты. Появилось понятие «электронный маркетинг» – комплекс мероприятий маркетинга компании, связанный с применением электронных средств, неотъемлемой частью которого является продвижение товара. Таким образом, интернет-ресурсы с их многообразием сайтов, поисковых систем и социальных сетей стали отличными рекламными площадками.

Социальные сети формируют аудиторию потенциальных потребителей, важную для маркетологов. Они интересны тем, что не просто объединяют участников, но и формируют межличностные связи. Любые сведения, полученные от собеседников в социальной сети, производят большее впечатление, чем безличная традиционная реклама. Еще одним их преимуществом можно назвать массовость и дешевизму. Однако, с использованием соцсетей осуществляется лишь часть маркетингового плана, такая как: получение информации, продвижение и реализация товара.

Выделяются следующие виды рекламы в социальных сетях:

1. приобретение платных сообщений у микроблоггеров;
2. создание централизованного информационного аккаунта;
3. распространение информации, которая интересна клиентам компании (информация о скидках и новых продуктах);
4. использование других лиц для поддержки компании;
5. сбор информации о компании в отзывах, позволяющий произвести различные маркетинговые исследования [2].

В настоящее время все больший круг людей для получения информации о интересующих товарах обращается в социальные сети. Характерной чертой социальных сетей является их группировка по интересам. В популярной сети «ВКонтакте» можно встретить огромное число групп по продаже косметики известной марки, брендовой одежды и дешевой техники. Такие интернет-сообщества пользуются популярностью у

масс. Для поддержания интереса подписчиков группы необходимо постоянное обновление информации.

Среди общедоступных социальных сетей следует обратить внимание на наиболее популярные из них: Facebook, Twitter–зарубежные, Вконтакте, одноклассники – отечественные. Важно отметить, что в каждой из «соцсетей» существует специальный инструментарий для продвижения товара. Например, такие кнопки как «Like», «рассказать друзьям», «рекомендации» и комментарии. Получение информации от другого пользователя вызывает большее доверие. Этот прием используют многие компании.

Также продвижению товара в социальных сетях способствует наличие связи с другими социальными сетями. Возможность использования активных ссылок позволяет автоматизировать процесс размещения информации, что экономит время и силы. Каждая уважающая себя компания имеет свои аккаунты в нескольких социальных сетях.

Широко использование скрытой рекламы с привлечением других людей. Показателем в этом пример компании Samsung, которая пригласила путешественника на протяжении месяца рассказывать о тех местах, которые он посетил. При этом он размещал свои записи и фотографии в социальной сети, снятые камерой Samsung. В результате компания получила хорошую рекламу в виде живого общения и примера использования техники компании.

Для увеличения эффективности рекламы в соцсетях предоставляются различные платные услуги. Например, создание премиум-групп или баннерная реклама.

К сожалению, в сфере интернета Россия сильно отстает от США. В США различные интернет-ресурсы действуют на протяжении многих лет, в отличие от отечественных. Многие российские компании перенимают опыт США, а иногда и попросту копируют идеи.

Помимо интернета широкие возможности в области воздействия на потребителя имеет телемаркетинг. Он достаточно многогранен и включает в себя:

1. Входящий телемаркетинг (горячие линии и техподдержка)
2. Исходящий телемаркетинг (опросы, анкетирование, продажи)

В США использование телемаркетинга обеспечивает реализацию товаров и услуг на сумму, превышающую 600млрд. долл.[3]. Масштабы применения телемаркетинга в нашей стране едва ли соизмеримы с западными темпами. Российские участники рынка не имеют достаточных знаний о телемаркетинге, в следствие чего используют лишь часть всех его возможностей. И как результат – недостаточная эффективность данной технологии. Новизна телемаркетинга обеспечивает неподдельный интерес со стороны потребителя к телефонным предложениям. С каждым годом все большее количество людей обращают внимание на данные предложения. Важную роль для компании играет возможность оценить эффективной программы, тем более, если телемаркетинг является лишь частью общего плана продвижения. Однако, применительно к нашей стране, телемаркетинг может оказать негативное воздействие на потребителя, поскольку, наученный горьким опытом различных афер со стороны предпринимателей русский потребитель с осторожностью относится к подобному рода предложениям.

С развитием мобильной связи в рамках телемаркетинга развился мобильный маркетинг. Невозможно представить современного человека без мобильного устройства в руках, поэтому информационные технологии с использованием мобильных устройств прочно вошли в жизнь. Доступность большому числу потребителей и наличие обратной связи повышают эффективность сбыта путем изучения интересов общества. К примеру, мобильный маркетинг помогает специалистам в этой сфере проводить разбивку целевой аудитории с учетом пола, возраста и интересов потребителя. Кроме того, это дает возможность удерживать потребителя в зоне своего маркетингового воздействия. Интерактивность предоставления информации способствует формированию объективных

рейтингов информационных каналов. Этот канал маркетинга используется как для мобильных устройств, так и для КПК и ноутбуков. Выделяют следующие способы коммуникации:

1. передача коротких сообщений (SMS);
2. передача мультимедийных сообщений (MMS);
3. мобильный интернет по протоколу беспроводного доступа (WAP);
4. мультимедийные услуги в сетях 3G.

Мобильное устройство может использоваться как способ передачи бонусов постоянным клиентам (например, пополнение счета при условии покупки). Главным преимуществом мобильного маркетинга является его немедленное воздействие на получателя. В комплексе с другими методами маркетинга использование мобильного значительно повышает уровень продаж и позволяет сделать рекламную кампанию максимально эффективной. Например, контент NIKE в результате мобильной акции был скачан 84000 раз, Steers – 52000. Потенциально мобильная реклама в 2 раза превышает охват телевидения, в 3 раза – охват интернета, и при этом имеет уникальные возможности для таргетирования сообщения [4]. Существует целый ряд приемов. Среди них компании наиболее часто прибегают к SMS-рассылкам как к средству информирования потенциальных клиентов о выгодных предложениях и новинках. Часто потребитель сам выступает в качестве партнера рекламодателя, соглашаясь на получение информации путем SMS-рассылок. Все это позволяет компании рекламировать именно то, что нужно клиенту. Используя беспроводные сети без внедрения новых инфраструктур, компании достигают лучших результатов с меньшими затратами, что полностью удовлетворяет их интересам. Разработка новых технологий по совершенствованию мобильных устройств ведет к развитию мобильного маркетинга.

С каждым годом объемы затрат на онлайн-рекламу растут. Интернет на рекламных кампаниях зарабатывает больше, чем печатные СМИ.

В рамках исследования был проведен опрос с помощью анкетирования «Эффективность пользования электронными ресурсами потребителями». В результате были получены следующие данные. В возрастной категории до 30 лет основными источниками получения информации о товаре являются: интернет и телевидение по 38,9%, журналы – 16,6%, радио 5,6%, газеты – 0%. 70% молодых людей ежедневно используют интернет и только 30% обращаются к нему реже. 40% респондентов когда-либо совершали покупки в интернете. Основными категориями купленных товаров выступают книги и одежда. При этом к официальным сайтам обращаются 70% опрошенных.

В возрастной группе от 30 до 50 лет чаще всего пользуются телевидением как источником информации – 50%. На втором месте по использованию – интернет и журналы (по 16,7%). Радио пользуются 11,1% и газетой 5,6% опрошенных. Ежедневно к интернет-ресурсам обращаются 30%, несколько раз в неделю – 40% и крайне редко 30% респондентов. Совершали интернет-покупки 30% опрошенных. Основные категории покупок составляют одежда и техника (по 33,3%) и книги и косметика (по 16,7%). 70% опрошенных за информацией о продуктах обращаются к официальным сайтам компаний.

В категории старше 50 лет чаще всего пользуются радио – 33,3%, на втором месте – телевидение – 25%, газеты – 20,8%, журналы – 12,5%, интернет как источник информации поддерживается 8,3%. Половина опрошенных используют интернет крайне редко, каждый день пользуются интернетом 40%, несколько раз в неделю 10%. Всего лишь 10% опрошенных хоть раз совершали покупку в интернете, и главной категорией товара являются книги. При этом официальные сайты посещают 60% респондентов.



Рис.1. Доля возрастных групп, использующих интернет-ресурсы

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что основной категорией населения, которая активно использует интернет, является молодежь. Они проводят во всемирной паутине больше времени, чем другие категории населения. Доверие к интернет-ресурсам среди этой категории более высокое. Человек, ни разу не совершавший покупку в интернете, хоть раз обращался к официальным сайтам компаний. Осторожнее относится к интернет-покупкам более зрелое население, которое не подвержено столь сильному влиянию технического прогресса, но они больше поддерживают консервативные источники информации, такие как радио и газеты. Старшее поколение не рассматривает интернет в качестве источника информации, а в большинстве случаев вообще им не пользуются. Поэтому целесообразно продвигать с помощью электронных каналов ту категорию товара, которая интересна возрастной категории до 30 лет. Однако, не стоит забывать о косвенных потребителях, которые сами не используют эти ресурсы, но могут получать информацию от активных пользователей. Данные каналы выгодны крупным компаниям, которые ориентированы на получение результата от электронных каналов маркетинга в будущем. Поскольку они направлены на молодое поколение, которые в будущем составят основную массу платежеспособных потребителей.

На основе проведенного исследования можно порекомендовать компаниям следующее:

1. Занимаясь продвижением товара с использованием электронных каналов маркетинга необходимо создавать новые интернет-площадки, развивать их на базе уже имеющихся.
2. Искать альтернативные каналы воздействия на потребителя, изучать его настроения, а по возможности и формировать его.
3. Быть в курсе всех технических новинок, участвовать непосредственно в их создании путем инвестирования. Таким образом, можно получить новый канал маркетинга и оградить себя от конкурентов.
4. Возбуждать интерес посредством использования технических новшеств.
5. Реализовывать проекты развлекательной направленности для того, чтобы потребитель не перестал на это реагировать. Новшества всегда более привлекательны для аудитории.
6. Использовать скрытую рекламу в играх и онлайн-играх. Большая часть игровой среде составляет молодежь, следовательно, применение этого канала маркетинга будет иметь успех.

7. Изучать товары конкурентов. Это необходимо, для того что бы быть на шаг впереди от них, сохранять свою конкурентоспособность.

8. Уделять большое внимание разработке сайта своей компании. Несмотря на распространенность этого метода, не все организации имеют свой сайт. Нельзя пренебрегать данным источником информации для потребителя, так как им пользуются все возрастные группы. Необходимо позаботиться о дизайне сайта и удобном интерфейсе для пользователя (гипертекстовые ссылки, функции поиска, фильтры, масштаб, наличие обратной связи и т.д.).

Подводя итог, можно утверждать, что потребность в освоении методов инновационного менеджмента в современных условиях возрастает. Невозможно оставаться в стороне от прогресса. Постепенно старые технологии менеджмента перестают действовать, зато появляются новые. Следование вышеперечисленным рекомендациям, по нашему мнению, поможет организации обратить на себя внимание потребителя, наладить сбыт продукции, повысить конкурентоспособность и занять свою нишу на рынке. Ассортимент электронных каналов маркетинга достаточно велик и со временем только расширяется. Поэтому любая компания может выбрать наиболее подходящий из них, исходя из специфики своей деятельности.

Литература

4. Брайт, И. Секреты прибыльных интернет-магазинов / И. Брайт // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 6. – С. 106 - 109.

5. Федорова, О. В. Маркетинг в социальных сетях / О. В. Федорова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 3. – С. 101-103.

6. Бажаров, И.А. В России никак не разберутся с телемаркетингом.../ И.А. Бажаров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 6. – С. 97-101.

7. Накомарова, А. В. Исследование мобильного маркетинга как средства стимулирования сбыта / А. В. Накомарова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 4. – С. 19-22.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ РЕКРУТМЕНТА

Е.В. Качанова,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель Л.А. Третьякова

*доктор экономических наук,
профессор кафедры управления персоналом,
НИУ «БелГУ»*

Всем известна такая замечательная поговорка: «как назовешь корабль, так он и поплывет», именно она как никакая другая отражает суть подбора персонала в организациях. Сегодня актуальна проблема неграмотного поиска и подбора кандидата, которая ощущается достаточно остро.

Если взглянуть на проблему в профессиональном разрезе, то наблюдается усложнение технологий управления, увеличение роста предприятий на рынке, что создает значительную конкуренцию, сложность в поиске высококвалифицированных специалистов. Данные явления отражают то, что подбирая подходящих кандидатов на должность, приходится изобретать целую науку, включающую в себя методы, технологии и приемы по подбору кадров.

Старший партнер кадровой компании TomHant (ведущая кадровая компания, которая с 2007 г. работает на российском рынке) Владимир Якуба, предложил научиться лучшим методам по подбору персонала. Данных методов он выделил три:

1. Эффективный прямой поиск кадров;
2. Поиск кадров через интернет, в частности через социальные сети;
3. Проведение высокоэффективного интервью [1].

Первый метод выражает целенаправленный, активный поиск кандидатов, контакт с которыми инициируется рекрутером. Работа проводится среди наиболее успешных специалистов в своей области, активно не заявляющих о том что у них есть готовность сменить работу. То есть, предполагается что кандидаты-специалисты работу не ищут. Данную работу обязательно сопровождает анализ рынка и отрасли (сегмента рынка). К данной технологии обычно прибегают, если не дал результат поиска кандидата по технологии классического рекрутинга.

Достоинствами данного метода является то, что: во-первых, работодателю не нужно обращаться за помощью к специализированным кадровым агентствам; во-вторых, метод отличается попаданием в четко поставленную цель.

Недостатком здесь является: значительные затраты времени, и как следствие, простаивание рабочего места, что является не выгодным с экономической точки зрения.

При подборе персонала по Интернету главными, в современном методе, действующими объектами становятся не только сайты по трудоустройству, где рекрутер извещает о работе, но и пользователи различных социальных сетей.

Второй метод поиска кадров с помощью ресурсов Интернета принято называть онлайн – рекрутментом. Где источники информации делятся на три вида:

1. Специальные сайты по трудоустройству, которые достаточно распространены, но имеют и слабую сторону. Такой метод не эффективен для специалистов с самой низкой квалификацией (разнорабочих) и с самой высокой (топ – менеджеров). Как показывает практика, неэффективность проявляется в том, что разнорабочие не будут искать работу целенаправленно в Интернете, они готовы приступить к работе всегда и везде, лишь бы платили соответственно их требованиям. А что касается топ – менеджеров, то им с их опытом, талантом и квалификацией, совершенно незачем заниматься поиском работы в интернете, работа их найдет сама.

Еще один большой недостаток специализированных сайтов заключается в том, что они регистрируют только тех людей, которые в настоящий момент ищут работу, переманить и каким – либо образом заинтересовать уже работающих, становится невозможным.

2. Профессиональные форумы. Данный тип позволяет рекрутеру сразу выйти на нужного специалиста. Всем известно, что создавая и посещая специализированные форумы люди выступают там экспертами по какому либо вопросу и оставляют личные комментарии по этому поводу. Единственная проблема может возникнуть с большими затратами времени для выхода на специалиста необходимой квалификации и на поиск его контактов.

3. Социальные сети. Для решения вышеназванной проблемы, поможет обращение к социальным сетям. Сейчас их популярность заметно растет. Главное преимущество такого поиска заключается в том, что эти ресурсы сразу дают возможность найти человека, заглянуть в его профиль, который при правильном заполнении будет выглядеть аналогом резюме. Тут же возможно в открытом доступе проявить к нему свое предложение, даже если он не ищет работы. Кроме того, работодатель получит возможность точнее определять компетентность кандидата, путем проверки его профессиональных связей по местам работы. В случае если количество связей с коллегами будут составлять десятки, а то и сотни, вероятность откровенного обмана в профиле резко сократится. Но в отличии от людей в сфере рекрутинга, кадровые агентства не считают полезным посещение

социальных сетей. Да и в западных странах, такие поиски дополнительной информации о будущем специалисте не приветствуются.

Руководитель Федерального антидискриминационного ведомства Германии Кристина Людерс считает, что давно пора запретить работодателям требовать от соискателей указание в резюме данных, которые не влияют на квалификацию, не нужны в резюме и фотографии. То есть оно должно быть анонимным[2].

Третий метод – интервьюирование. После первичных стадий отбора кандидатов наступает последний важный рубеж – знакомство, то есть интервью. Данный метод как никакой другой должен идти в ногу со временем. Человек проводящий интервью, должен быть ознакомлен со спецификой нашей организации, с положением на рынке труда, с экономическим состоянием страны и т.д. Тем самым специалист занимающийся подбором, для эффективного выполнения своей задачи, просто обязан регулярно корректировать вопросы в соответствии с внешними и внутренними изменениями.

Достоинством данного метода является то, что рекрутер при проведении интервью может задавать каверзные и другие вопросы респонденту, наблюдая за его реакцией в определенном временном лимите. Но как и в любом методе, здесь существует явный недостаток, это субъективная оценка мнения, которое сложится у отборщика после проведения интервью. Выход есть, это создание комиссии по подбору кадров, но что также будет затратным с временной и материальной точки зрения.

Технологии поиска персонала должны быть актуальны на каждый новый день, что является необходимым для грамотного подбора специалистов. Развитые кадровые агентства не отстают от этого требования и предлагают свои техники поиска персонала, которые включают в себя: определение соционического типа соискателя организации;brainteaser – интервью; стрессовые интервью [3].

Техника определения соционического типа соискателя организации заключается в понимании сильных и слабых сторон личности. Такая информация даст возможность поставить его на тот участок работы, где его особенности принесут самый выгодный экономический эффект для нашей организации. Человек, проводивший данное определение, должен иметь опыт в проведении подобного интервью, новичок не сможет грамотно осуществить этот процесс.

Brainteaser – интервью, заключается в том что соискателям задают запутанный, хитрый вопрос или дают решить задачу на логическое мышление. Цель такого интервью тоже понятна. Это проверка на сообразительность и творческие способности претендента на различные вакансии, касаемые сферы креатива.

Практика стрессового интервью для многих считается спорной и даже в некоторых случаях совершенно недопустимой. Такое интервью может начаться с задержки самого собеседования. Это довольно распространенный вариант проведения интервью. Принимается для проверки заинтересованности кандидата в данной вакансии. Но, с другой стороны, отказ соискателя от длительного ожидания здесь может быть объяснен не слабыми нервами, а привычкой ценить свое время. Стрессовые интервью затрагивают совершенно все стороны жизни соискателя. Конкретных приемов обойти все многообразие каверзных вопросов нет, но терпение, в качестве совета, имеет место быть.

Но если манера рекрутера покажется соискателю недопустимой, то он может заявить оппоненту о том, что не желает продолжать общение. В результате чего, компания может потерять потенциального профессионального гения с обостренным чувством собственного достоинства [4].

В настоящее время, от грамотного подбора персонала зависит конкурентоспособность и дальнейшее функционирование любого предприятия. Используя современные методы рекрутмента, можно отлично сориентировать деятельность компании на достижение лучших результатов. Рекрутинг, как бизнес – процесс связан со стратегией фирмы на будущие годы. Ведь подбирая и выявляя нужных кандидатов, необходимо уметь заметить в них масштабный потенциал, который в дальнейшем поможет руководителю взрастить специалистов способных принести экономическую выгоду предприятию.

Литература

1. Якуба В. Можно ли за год стать хорошим консультантом? [Электронный ресурс] / URL: <http://i-business.ru/blogs/17423> (дата обращения: 19.10.2013).
2. Анонимная анкета: новый подход к подбору кадров [Электронный ресурс] / URL: <http://www.youtube.com> (дата обращения: 19.10.2013).
3. Методы подбора персонала: метод brainteaser – интервью [Электронный ресурс] / URL: <http://www.kaskadagenstvo.ru>. (дата обращения: 19.10.2013).
4. Иванова, С.Д. Как оценить человека за час / С.Д. Иванова // Искусство подбора персонала. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. –160 с.
5. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение / Ю.Д. Красовский // Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2012. – С. 34
6. Тихомирова, О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. / О.Г. Тихомирова // Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – С. 242

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ ГРАМОТНОГО ДЕЛЕГИРОВАНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ

Е.В. Качанова,
*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*
Научный руководитель А.А. Подвигайло,
*кандидат исторических наук, доцент
кафедры управления персоналом,
НИУ «БелГУ»*

Актуальной проблемой для современных руководителей является неумение, а иногда, и нежелание делегировать свои полномочия. Каждому менеджеру известно такое выражение: «хочешь сделать все быстро и качественно, то сделай это сам». Но это просто невозможно осуществить одному человеку на предприятии значительных размеров, когда оно функционирует в «бешеном ритме», а штат управляемых огромен.

Успешные руководители, давно поняли, что грамотное делегирование полномочий не только освобождает их время для принятия наиболее важных решений, но является и мощным мотиватором сотрудников. Ведь лояльность и доверие со стороны руководителя, способствует стремлению подчиненных к достижениям целей организации.

В управлении существует два подхода к реализации управленческих решений: ориентация на то, как лучше добиться конечных результатов, и ориентация на то, как лучше готовить эти решения. Если доминирует второй подход, то конечных результатов будет добиться значительно легче. Если же доминирует первый, то это свидетельствует о том, что принятию управленческих решений уделяется мало внимания. Методом, который может соединить оба подхода, является делегирование полномочий от руководителей к подчиненным.

Однако данный метод является не только методом управления. Он помогает развивать подчиненных, поэтому его можно рассматривать и как способ обучения персонала.

Основная специфика делегирования, его отличие от обычного оперативного управления заключается в том, что делегируемые задачи, как правило, не включены в список функциональных обязанностей сотрудника (в должностную инструкцию). Другими словами, сотруднику поручается сделать то, что он делать не обязан [1].

При делегировании полномочий необходимо так же наделить работника правами и ресурсами для выполнения им задания. Под ресурсами организации подразумеваются люди, время, деньги, информация. Ответственность, которая при всем этом возлагается на подчиненного, представляет собой обязательство выполнять задачи и отвечать за

результат их выполнения. И очень важным является то, что ответственность не может быть делегирована без предоставления соответствующих ресурсов и полномочий. Делегирование редко бывает эффективным, если руководитель дал задачу, но не создал условий для ее выполнения.

Процесс делегирования достаточно сложен, но каким трудным ни казался данный механизм, руководителю стоит его освоить, чтобы избавиться от рутины и уделять время решению стратегических задач. Прежде всего следует определиться с выбором задачи для делегирования. Здесь, предстоит выделить пять ключевых вопросов делегирования, отвечая на которые руководитель сможет грамотно и эффективно осуществить данный процесс:

1. Кто делегирует?
2. Что делегирует?
3. Кому делегировать?
4. Когда делегировать?
5. Как делегировать?

Отвечая на первый вопрос, становится ясным, что делегирует, конечно, руководитель. Именно он наделен необходимой властью и ответственностью, что позволяет ему перекладывать часть своих обязательств на плечи работникам. Как сказал Теодор Рузвельт: «Лучший руководитель – это тот, у кого достаточно ума, чтобы найти стоящих людей и заставить их делать то, что нужно, и при этом у него хватает здравого смысла, чтобы не путаться у них под ногами» [2]. Это и отражает суть первого вопроса.

Опытные управленцы чаще всего советуют четко понимать, что делегировать нельзя. Решение каких задач повлечет за собой потерю контроля и власти в организации. Итак, ответ на второй вопрос – что делегировать? – должен начинаться с определения тех задач, которые как раз не подлежат делегированию.

Не подлежат делегированию:

- Установление целей, принятие решений по выработке политики предприятия, то есть стратегическое планирование, которое закреплено за руководителем.
- Планирование основного проекта и, соответственно, планирование работы подразделения в целом. План, отражающий конечную цель деятельности организации, также составляется и утверждается руководителем.
- Контроль над финансами.
- Подбор команды исполнителей проекта или подбор сотрудников в свое подразделение, включая окончательное собеседование при приеме на работу. В этой сфере деятельности, подчиненные могут иметь право совещательного голоса, поскольку прием на работу, даже с легитимной точки зрения, может осуществлять только руководитель, в соответствии с Трудовым кодексом РФ.
- Контроль за работой команды и контроль за работой и результатами работы каждого сотрудника подразделения. Поскольку на руководителе остается ответственность за выполнение делегируемых задач, то ему и приходится контролировать.
- Стимулирование членов команды, их мотивация и вознаграждение членов команды.
- Развитие персонала.
- Задачи особой важности и задачи высокой степени риска.
- Срочные дела, не оставляющие времени для объяснения и проверки [3].

Следующий вопрос, ответ на который имеет немаловажное значение при грамотном делегировании полномочий, – это: «кому делегировать?»

Одним из самых эффективных способов решения данного вопроса будет распределение подчиненных по степени готовности к выполнению делегированных задач.

Наиболее известная классификация подчиненных по данному параметру представлена в книге К. Бланшара «Лидерство. К вершинам успеха» [4]. В зависимости от уровня готовности подчиненного выполнять делегируемую задачу, Бланшаром выделяются четыре типа сотрудников:

Тип 1 – компетентен в делегируемой задаче и настроен на ее выполнение. Данный тип сотрудника эффективно использует ресурсы, берет на себя ответственность, творчески подходит к решению задачи.

Тип 2 – не компетентен в делегируемой задаче, но настроен на ее выполнение. Чаще всего это молодые сотрудники без большого практического опыта. Подобные сотрудники нуждаются в инструкциях и четкой постановке задач.

Тип 3 – компетентен, но не мотивирован. У него достаточно опыта и знаний для того, чтобы выполнить задачу качественно и в срок, но сотрудник не проявляет к этому интереса.

Тип 4 – не компетентен и не мотивирован. У подчиненного данного типа отсутствует достаточный опыт и желание выполнить работу, он не соблюдает основные правила, откладывает решение задачи на неопределенный срок, нуждается в постоянной помощи, пытается переложить ответственность на других, и, как правило, это ему удастся.

Ответ на вопрос – «когда делегировать?» дают специалисты в области управления [5]. Они советуют делегировать полномочия в ежедневных рабочих ситуациях. Также следует делегировать и в случае существенных изменений рабочей ситуации, а именно:

1. При изменении структуры персонала (новое назначение, повышение, увольнение);
2. При реорганизации и структурной перестройке отдела;
3. В случае наступления кризисов;
4. При появлении новых сфер деятельности или при изменении компетенции.

Как именно следует делегировать полномочия, чтобы это действие имело максимальный эффект? Нужно помнить, что делегирование – это не способ, дающий возможность избавиться от неинтересных задач для руководителя. Это метод развития подчиненных, это новые задачи, для решения которых им необходимо совершенствовать свои способности.

При делегировании полномочий нужно придерживаться следующих правил:

- Сообщать сотруднику о делегируемых задачах необходимо заблаговременно.
- При постановке задачи следует как можно подробнее обсудить с работником его новые права и обязанности.
- Необходимо обеспечить подчиненному доступ к информационным, материальным и иным ресурсам.
- Продумать и обсудить с подчиненным, как будет осуществляться контроль.

Подводя итог, можно сказать, что делегирование полномочий занимает значительное место в управлении. Руководители среднего и высшего звеньев, должны уметь увидеть в подчиненном не машину выполняющую определенный набор операций, а помощника, который облегчит и поможет эффективно достигать поставленных целей. При решении делегировать, руководитель должен ответить на пять ключевых вопросов, которые были перечислены выше. Данный перечень, позволит управляющему проявить высокий уровень выполнения задач, обрести время на творческие подходы к управлению, что в свою очередь, также будет способствовать улучшению функционирования организации в целом.

Литература

1. Калинин, С.И. Тайм-менеджмент / С.И. Калинин // Практикум по управлению временем. – СПб.: Речь, 2012.
2. Белявская, И. А. Теодор Рузвельт и общественно-политическая жизнь США / И.А. Белявская // Биография великих людей. – М.: 2012
3. Друкер, П.Ф. Эффективный управляющий / П.Ф.Друкер // Book chamber international. – 2010.
4. Бланшар К. Лидерство. К вершинам успеха / К. Бланшар. – СПб.: Питер, 2011.
5. Шестоперов, А.М. Аутсорсинг как способ оптимизации административно – управленческих процессов в органах государственной власти / А.М. Шестоперов // Учебное пособие. – М.: НИСИП, 2008. – С.99.

6. Тихомирова, О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. / О.Г. Тихомирова // Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – С. 242.

7. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение / Ю.Д. Красовский // Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2012. – С. 34.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ АУТСОРСИНГ – ПРОЕКТА НА ПРАКТИКЕ

Е.В. Качанова,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель **И. В. Шавырина,**
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

На сегодняшний день, многие предприятия находящиеся в условиях дефицита ресурсов вынуждены признать, что выполнение части их операций другой организацией, является выгодным преимуществом для их деятельности. Сегодня, происходит переход многих компаний на аутсорсинг особенно в период кризиса, когда вопрос экономии средств становится как никогда актуальным. Этим вызвана актуальность изучения темы аутсорсинга и внедрения его проекта в практику предприятия.

В России или в другой масштабной стране, вряд ли найдется компания, обладающая полным набором внутренних возможностей и ресурсов для продвижения по всем направлениям своей деятельности. Потому что ресурсные, финансовые и другие возможности ограничены, то есть их может быть недостаточно для достижения поставленных целей [1]. Данная ситуация вынуждает компании совершенствовать управление с целью повышения производительности труда. В этих условиях компании начинают привлекать ресурсы из внешней среды, то есть использовать аутсорсинг, при котором отдельные виды услуг покупаются у сторонних организаций [2].

Аутсорсинг является частью стратегии управления компанией. Он предполагает определенное изменение структуры внутренних процессов и внешних отношений организации. Установление видов деятельности передаваемых на аутсорсинг, относится к компетенции высшего руководства, и именно оно выбирает, когда использовать свои ресурсы, а когда их приобретать извне.

Выделяются стратегические и оперативные цели использования аутсорсинга. Когда речь идет о стратегических целях, то имеется в виду, что компания решает определенные, далеко запланированные задачи. Оперативная цель основывается на снижении издержек производства.

Практическое применение аутсорсинга предполагает взаимодействие двух сторон, где первая сторона – компания, передающая осуществление каких – либо задач или процессов стороннему подрядчику. Вторая сторона – подрядчик, или компания – аутсорсер, предоставляющая услуги по реализации данных процессов.

Внедрению аутсорсинга в конкретную организацию способствует работа, которая включает в себя формирование подходов призванных определить способы решения задач организации. Если задачи не могут быть выполнены самостоятельно, тогда мы прибегаем к помощи стороннего исполнителя. Таким образом, вырисовывается концепция аутсорсинга, которая в свою очередь основывается на принципах:

1. Каждый должен заниматься своим делом и иметь возможность сконцентрироваться только на нем;
2. Решение сопутствующих задач нужно поручить тому, кто справится с ними лучше [3].

Вообще, аутсорсинг используется не только частными компаниями. В последние годы он находит применение и в государственных органах управления. Аутсорсингом могут считаться отношения, связанные с любым сокращением объемов работы государственных органов за счет привлечения внешних исполнителей – негосударственных фирм.

Использование аутсорсинга осуществляется через подготовку и реализацию аутсорсинг – проектов. Аутсорсинг - проект – это целенаправленное изменение отдельных деятельности компании на основе принципов аутсорсинга [4]. Он предполагает в направлении снижения затрат за счет использования ресурсов сторонних организаций.

Разработка и реализация аутсорсинг – проектов на практике является комплексным процессом, включающим принятие ряда управленческих решений. Этот процесс предполагает пять последовательных этапов:

1. Зачем необходим аутсорсинг нашей компании в данный момент? То есть выявляем причины необходимости.
2. Оцениваем проделанную работу за определенный период времени.
3. Оцениваем перспективу применения аутсорсинга. Составляем прогноз и просчитываем риски.
4. Анализируем и выбираем подрядчика – исполнителя услуг.
5. Проводим переговоры и оцениваем эффективность деятельности подрядчика.

В зависимости от степени участия в аутсорсинг – проекте сторонней организации выделяются два вида аутсорсинга: частичный аутсорсинг и полный аутсорсинг [5].

Частичный происходит тогда, когда в выполнение работы вовлечены внутренние ресурсы организации клиента. В этом случае, для организации – аутсорсера характерны следующие черты:

- обязательство выполнять отдельные виды или часть работ;
- ответственность за снижение рисков в компании;
- предоставляется возможность выбора индивидуальных решений.

При полном аутсорсинге, выполнение работы осуществляется за счет ресурсов организации – аутсорсера. В данном случае, организация – аутсорсер полностью отвечает за:

- предоставление собственных ресурсов для выполнения работ;
- возможность применения стандартных решений;
- снижение стоимости услуг;
- совершенствование технологий выполнения работ.

Профессор Б.А. Аникин, в своей книге: «Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций», указал, что у каждой организации существует определенный жизненный цикл, который представляет собой совокупность стадий развития, которые она проходит за период своего существования [6]. Таким образом, жизненный цикл любой коммерческой организации имеет следующие жизненные стадии:

1. Зарождение и становление;
2. Рост, когда организация активно заполняет выбранный ею сегмент рынка, т.е. происходит стремление к некоей стабильности;
3. Зрелость, когда организация пытается сохранить имеющуюся долю рынка под своим контролем, т.е. достигает запланированной стабильности;
4. Старость, когда организация теряет свою долю рынка и вытесняется конкурентами.

По его мнению, в зависимости от того, на какой стадии жизненного цикла находится организация, можно предопределить характер и масштаб использования аутсорсинга.

Иными словами, на стадии становления, когда перед руководством компании стоит задача провести первоначальные мероприятия, связанные с выведением организации во внешнюю среду, возможно применение аутсорсинга для выполнения определенных функций, которые молодая компания не в состоянии воспроизвести самостоятельно. Причин, по которым молодая компания не может выполнять свои функции в полном объеме может быть много, например большие затраты на сырье, незнание и неумение грамотно взаимодействовать с поставщиками и т.д. [7]

На стадии роста использование аутсорсинга может быть обусловлено ожиданием экономического эффекта от его применения. Здесь речь идет об инструментах аутсорсинга, с помощью которых компания достигает нормальной прибыли, обеспечивающей ее полное функционирование, т.е. предприятие, становится рентабельным.

На стадии зрелости аутсорсинг применяется при условии достижения (поддержания) компанией необходимого уровня конкурентоспособности. Для этого, сторонние подрядчики – аутсорсеры выполняют помимо основной деятельности компании еще и дополнительные функции, за счет которых существенно повышаются финансово – экономические показатели деятельности, что позволяет компании сконцентрироваться на своих основных, стратегически – важных задачах.

На стадии старости аутсорсинг помогает компании пережить этот переломный период и выполнить функции по переходу на новую стадию жизненного цикла, если компания после реформирования, трансформации, модернизации, продолжит свое существование.

Таким образом, аутсорсинг как эффективный бизнес – процесс находит свое практическое применение во всех сферах деятельности организации, выполняет задачи, любой сложности, на всех уровнях управления, а также реализуется на всех этапах жизненного цикла предприятия. Практическая реализация концепции аутсорсинга предполагает разработку и внедрение аутсорсинг – проекта, который позволяет изменять разные аспекты деятельности организации на основе принципов аутсорсинга.

Литература

1. Михайлов, Д.М. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса / Д.М. Михайлов // Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. – 67 с.
2. Котляров, И.Д. Аутсорсинг и иные формы межфирменной кооперации / И.Д. Котляров // Бухучет в строительных организациях. – СПб.: 2011. – 78 с.
3. Календжян, С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С.О. Календжян // Практикум по менеджменту. – М.: Дело, 2012. – 432с.
4. Афанасьев, П.В. Аутсорсинг как проект / П.В. Афанасьев // Практикум по управлению. – СПб.: Речь, 2012. – 222 с.
5. Аникин, Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. / Б.А. Аникин., И.Л. Рудая // Учеб. Пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 324 с.
6. Воронин, С.Б. Грамотное планирование организационной деятельности / С.Б. Воронин // Теория менеджмента. – М. 2012. – 88 с.
7. Шестоперов, А.М. Аутсорсинг как способ оптимизации административно – управленческих процессов в органах государственной власти / А.М. Шестоперов // Учебное пособие. – М.: НИСИП, 2008. – 99 с.
8. Тихомирова, О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / О.Г. Тихомирова // Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 242 с.
9. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение / Ю.Д. Красовский // Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2012. – С. 34

НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ ОСНОВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНСУЛЬТАНТА ПО ОРГАНИЗАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ

А. Кисляк,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель И. В. Шавырина,

кандидат социологических наук, доцент,

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

В настоящее время по всему миру консультирование является активно развивающейся областью научной и практической деятельности. Для Российской Федерации консультирование относится к новым профессиям, областям деятельности. Именно по этой причине пока что не существует не только общепринятого определения термина «консультирование» и единой классификации разновидностей консалтинга, но и единого законодательного акта, который бы регулировал деятельность консультантов. Именно этой проблемой и обосновывается актуальность данной статьи.

Организационное развитие – это серия запланированных, осуществляемых сверху вниз «вмешательств» в жизнедеятельность организаций на уровне организации в целом, отдельных подгрупп и отдельных индивидуумов с целью обеспечить непрерывный процесс изменений для повышения организационной эффективности [1].

Основываясь на этом определении, можно сказать, что консультирование организационного развития – это комплекс мероприятий, направленных на изучение процессов, происходящих в организации с целью выявления основных проблем в функционировании компании и нахождение внутреннего потенциала и ресурсов для эффективного решения этих проблем.

Это направление консалтинга возникло на стыке терапевтического тренинга и исследований организаций в США и Великобритании после Второй мировой войны. В Советской экономике это направление не разрабатывалось до конца 80-х годов, а потому интерес к нему возник только в середине 90-х годов, что серьезно затормозило развитие консультирования организационного развития в нашей стране. Всплеск интереса и последовавшее за ним внедрение данной отрасли консультационной деятельности на российский рынок выявило необходимость адаптации западного консультационного процесса под российскую модель экономики и менталитет населения страны, что так же замедлило процесс развития рынка консультационных услуг в Российской Федерации.

Необходимость существования консультирования организационного развития обосновывается на следующих системообразующих факторах возможности развития организации, между которыми часто возникают значимые противоречия:

- 1) цели и интересы лидеров: владельцев, менеджеров высшего уровня;
- 2) цели и интересы персонала;
- 3) требования и ограничения, задаваемые технологией производства и реализации продукта (товара, услуги);
- 4) требования среды: экономические, политические, социальные и т.п.

Исходя из этого, основной задачей управления организацией является использование противоречий, возникающих между системообразующими факторами, для ее выживания, интеграции и развития [2]. Это означает, что консультант организационного развития должен оказывать организации следующие виды услуг: аудит, консультации по налогообложению, корпоративные финансовые услуги, информационное консультирование, правовое консультирование, автоматизированные системы и т.д. [3].

Как уже говорилось выше, на данный момент в Российской Федерации не существует единого законодательного акта, на основе которого происходило бы регулирование процесса оказания консультационных услуг. В связи с этим, основное

регулирование деятельности консультанта осуществляется на основе Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации, Федеральном Законе РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Кроме того, в зависимости от вида консультационной деятельности и характеристики организации-нанимателя, действия консультанта, а также предлагаемый им план действий для организации могут попадать под регулирование следующими Федеральными Законами и подзаконными актами:

- 1) Федеральный закон РФ «О связи» от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ;
- 2) Закон РФ «Об образовании» от 10.07.1992 г. № 3266-1;
- 3) Федеральный закон РФ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» от 22.08.1996 г. № 125-ФЗ;
- 4) Федеральный закон РФ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1;
- 5) Федеральный закон РФ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 г. № 294-ФЗ;
- 6) Федеральный закон РФ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ;
- 7) Федеральный закон РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 4.05.2011 г. № 99-ФЗ;
- 8) Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.1991 г. № 948-1;
- 9) Постановление Правительства Российской Федерации от 13.01.1996 г. № 27 «Правила предоставления платных медицинских услуг населению медицинскими учреждениями»;
- 10) Постановление Правительства Российской Федерации от 05.07.2001 г. № 505 «Правила оказания платных образовательных услуг»;
- 11) Постановление Правительства Российской Федерации от 5.12.91 г. № 35 «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну».

Результатом отсутствия единого законодательного регулирующего документа может стать не соответствие консультационной деятельности ее основным требованиям, которые включают: научность, целенаправленность, правомерность, оперативность, ответственность и результативность[4].

Еще одним следствием является тот факт, что основой правомерности деятельности специалиста по консультированию становится так называемый этический кодекс консультанта, который вырабатывается либо конкретным профессионалом самостоятельно, либо консалтинговой фирмой. Однако этот кодекс не имеет правового статуса, что означает возможность нарушения пунктов данного кодекса недобросовестными или недостаточно профессиональными консультантами. Помимо этого, этические кодексы разных консультантов могут существенно различаться, что также вносит путаницу в понимание руководством организации-нанимателя сущности деятельности консультанта, а также существенно усложняет процесс привлечения недобросовестного консультанта к ответственности.

Решением вышеназванных проблем мы видим в разработке на государственном уровне единого законодательного документа для регулирования консультационной деятельности, например, ФЗ «О консультационной деятельности в Российской Федерации», в котором определялось бы:

- 1) термины «консультация», «консультационные (консалтинговые) услуги», «консультационная (консалтинговая) деятельность»;
- 2) организация консультационной деятельности;
- 3) права и обязанности консультационных организаций;

- 4) права и обязанности консультируемых лиц и (или) лиц, заключивших договор на оказание консультационных услуг;
- 5) конфиденциальность полученной сторонами информации;
- 6) ответственность за нарушение законодательства РФ о консультационной деятельности;
- 7) страхование профессиональной ответственности консультантов при оказании консультационных услуг.

Литература

- 1) Скриптунова, Е.А. Современное состояние организационного развития в России [Электронный ресурс] / Е.А. Скриптунова // «АКСИМА: Консультирование, Исследования, Тренинги». – М., 2002. URL: <http://www.axima-consult.ru/stati-1-46.html> (дата обращения: 20.10.2013)
- 2) Емельянов, Е.Н. Практика консультирования по организационному развитию и организационная психология / Е.Н. Емельянов // Журнал практического психолога. – 2000. – №5-6. – С. 72
- 3) Шапиро, В.Д. Управленческое консультирование в России: сущность, текущая ситуация, особенности и задачи развития [Электронный ресурс] / В.Д. Шапиро // «Портал ITeam: технологии корпоративного управления». – М., 2002. – URL: http://www.iteam.ru/publications/consulting/section_77/article_4136/ (дата обращения: 20.10.2013)
- 4) Иванов, М.А. Организационное развитие: системный подход / М.А. Иванов, Д.М. Шустерман // Практическая психология. – 2007. – №5-6. – С. 24-36.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЙ «МЕНЕДЖЕР» И «ЛИДЕР» НА ПРИМЕРЕ PIXAR ANIMATION STUDIOS

А. Кисляк,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель Л.А. Третьякова,
доктор экономических наук,

профессор кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Немаловажным отличием современных успешных компаний от менее удачливых конкурентов является высокодинамичное и эффективное руководство. Под термином «руководство» понимается либо индивид – руководитель, либо группа индивидов – руководящий состав. Синонимами же слова «руководитель» считаются термины «менеджер» и «лидер», что, таким образом, подразумевает равенство значений этих слов. Это в свою очередь означает, что руководитель в организации является одновременно и менеджером, и лидером. Данный подход к терминам «менеджер» и «лидер» широко распространен в современной учебной литературе и умах людей, однако он не совсем верен, поскольку зачастую возникают ситуации, когда лидер и руководитель коллектива не является одним и тем же лицом. Необходимость осознания возможности разделения понятий «менеджер» и «лидер» для эффективного управления предприятием и обосновывает актуальность данной статьи.

Итак, в последнее время в западной литературе отмечается возникновение следующей тенденции: разделение понятий «менеджер» и «лидер» по линии формального и неформального лидерства соответственно [1]. Исходя из этого разделения, в обязанности менеджера входит забота об эффективном выполнении работниками

порученных им заданий, в обязанности лидера – развитие инновационных идей, необходимых для успешного решения важнейших проблем будущего. Менеджер, влияя на подчиненных, прежде всего ориентируется на должностную основу своей власти. Основанием же лидерства является процесс социального воздействия на людей, а также взаимоотношения людей в коллективе. Такая система влияния гораздо сложнее обычного властного управления, поскольку требует высокого уровня взаимозависимости и взаимопонимания членов коллектива.

Таким образом, менеджер и лидер обладают различными свойствами, наглядно представленными в табл. 1.

Таблица 1

Отличие менеджера от лидера

Менеджер		Лидер	
1.	администратор	1.	инноватор
2.	поручает	2.	вдохновляет
3.	работает по целям других	3.	работает по своим целям
4.	основа действий – план	4.	основа действий – перспектива
5.	полагается на систему	5.	полагается на людей
6.	использует доводы	6.	использует эмоции
7.	контролирует	7.	доверяет
8.	поддерживает движение	8.	дает импульс движению
9.	профессионален	9.	энтузиаст
10.	принимает решения	10.	воплощает решения
11.	уважаем	11.	обожаем

Но возможно ли разделение понятий «менеджер» и «лидер» на практике? Вернемся к этому вопросу немного позже.

Итак, менеджеры – это люди, которые обеспечивают достижение целей, стоящих перед организацией, посредством других людей [2]. Менеджеры принимают решения, накапливают ресурсы, выступают координаторами действий других людей и направляют их на достижение целей организации.

Менеджер – приобретенная профессия и должность в компании; вполне естественно, что она не является врожденным качеством человека.

Феномен же лидерства проистекает из природы самого человека и общества [3]: по определению В. Каца и Л. Эдингера, лидерство – влияние на других людей, отвечающее следующим условиям:

- 1) постоянство (люди, оказывающие разовое или краткое влияние на коллектив, вне зависимости от его масштаба, не являются лидерами);
- 2) воздействие на всю группу (лидер должен иметь влияние на все микрогруппы коллектива);
- 3) явный приоритет во влиянии (взаимодействия в коллективе должны иметь однозначную направленность воздействия: от ведущего к ведомым);
- 4) признание правомерности руководства (влияние должно опираться не на прямое применение силы, а на авторитет).

Феномен лидерства является крайне важной составляющей успеха множества крупнейших компаний мира. Так, например, всемирно известная киностудия PixarAnimationStudios, официально возникшая в 1986 году, вполне вероятно, не достигла бы и миллионной доли своего успеха без Эда Кетмелла – идейного вдохновителя и бесменного лидера компании, а так же одного из отцов-основателей компьютерной графики.

Все началось с лаборатории компьютерной графики Нью-Йоркского технологического института, руководителем которой в 1974 году стал Кетмелл. Группа профессионалов, собранная им вокруг себя в следующие пять лет, впоследствии стала идейной и профессиональной основой студии компьютерной анимации Pixar.

После сбора основного состава группы Кетмелла и его людей несколько лет преследуют неудачи, но в 1979 году их наконец замечают: Кетмеллу делают предложение возглавить технический отдел Lucasfilm, которое он принимает. Единственная проблемана данном этапе (успешно разрешенная впоследствии) –Кетмеллу было необходимо создать условия для найма в ту же организацию его «лабораторной» команды, что изначально не предполагалось руководителями Lucasfilm. Следующие четыре года команда Кетмелла работает над анимационными спецэффектами для многих фильмов Lucasfilm, среди которых знаменитые «StarWars» и «StarTrek». Именно в это время, в 1981 году, впервые звучит название «Pixar». В 1983 году стараниями Кетмелла в команду приходит одно ключевое лицо будущей студии Pixar – мультипликатор, сценарист, продюсер, а ныне главный креативный директор студии Pixar Джон Лассетер.

К началу 1985 года в Lucasfilm назревает одновременно две большие проблемы: первая – уменьшение финансовых резервов компании, вторая (наиболее важная) – разница во взглядах на будущее Pixar между Кетмеллом и Джорджем Лукасом, руководителем Lucasfilm. В совокупности обе эти проблемы приводят к продаже Pixar Стиву Джобсу в 1986 году. Отныне Pixar становится независимой компанией, занимающейся «разработкой, производством и продажей компьютеров, а также программного обеспечения, специально созданного для самых современных приложений, работающих с компьютерной графикой и обработкой изображений» [4]. Следующие годы Pixar занимается продажами созданного ими PixarImageComputer и программы для визуализации 3D-изображений PhotoRealisticRenderMan. Непосредственно компьютерной анимацией занимается лишь небольшой отдел, который постоянно находится под угрозой закрытия со стороны Джобса и остается на плаву лишь стараниями Кетмелла. Постепенное ухудшение отношений между последними, и недовольство работников, желающих заниматься компьютерной анимацией, а не продажей программного обеспечения приводит к прекращению Джобсом большей части деятельности Pixar, и началу работы Кетмелла и его команды на WaltDisneyCompany. Именно это и становится отправной точкой успеха компании PixarAnimationStudios, которая на данный момент является наиболее коммерчески успешной анимационной студией за всё время существования кинематографа.

Вернемся к разделению понятий «менеджер» и «лидер» по линии формального и неформального лидерства.

К успеху компанию Pixar привели такие качества Эда Кетмелла как энтузиазм, инноваторское мышление и умение видеть перспективы, а также доверие своей команде и работа по своим собственным целям. Именно его способность как лидера «делать правильные вещи» и вдохновлять окружающих, без которых история компании закончилась бы так и не начавшись, оказалась решающей в гонке на выживание. Именно его лидерские качества привели к тому, что собранная команда переходила из организации в организацию вслед за ним. Именно в этом проиграл Кетмеллу замечательный менеджер и лидер по своей натуре Стив Джобс – он не смог стать лидером Pixar, что привело к краху.

Однако, являясь лидером, Кетмелл оставался менеджером: весь период деятельности компании – от лаборатории компьютерной графики Нью-Йоркского технологического института до дочерней компании WaltDisneyCompany – Кетмелл был (и остается по нынешний день) руководителем Pixar.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать следующий вывод: менеджер и лидер – абсолютно разные по своей сути понятия. Основное отличие этих терминов очень четко сформулировал Уоррен Беннис, сказав следующее: «managersdothingsright, andleadersdorightthings». Смысл этого высказывания сводится к тому, что менеджер знает, как правильно выполнить задание, а лидер – какое задание правильно и требует исполнения. Таким образом, разделение понятий «менеджер» и «лидер» возможно и полностью оправдано, поскольку формальный и неформальный лидер в организации может не являться одним и тем же лицом. При этом, максимальная эффективность работы

компания может быть достигнута только при условии, что «менеджер» и «лидер» являются одним и тем же лицом.

Однако, идеальное соединение двух этих качественных состояний в одном человеке на практике встречается достаточно редко, поскольку «лидер» и «менеджер» различны даже по психологическим показателям личности-носителя качества. Именно по этой причине для выявления в коллективе возможных «лидеров» и «менеджеров» и последующему их развитию, руководству компаний необходимо обращать внимание не только на положение сотрудников в управленческой иерархии, но и на их личные качества, ведь, как видно из опыта PixarAnimationStudios, именно сочетание умелого лидерства с грамотным менеджментом является залогом успеха любой организации.

Литература

1. Филонович, С.Р. Лидерство и практические навыки менеджера / С.Р. Филонович, – М.: Инфра-М, 2000. – 288 с.
2. Карташова, Л.В. Организационное поведение : Учебник / Л.В. Карташова, Т.В. Никонова, Т.О. Соломанидина. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 220 с.
3. Пугачев, В.П. Руководство персоналом организации / В.П. Пугачев, – М.: Аспект пресс, 2000. – 279 с.
4. Прайс, Д.А. Магия Pixar / Д.А. Прайс, – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 360 с.

БЕНМАРКИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Е.Ю. Коротких,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И.В. Шавырина,
доцент, кандидат социологических наук, доцент,
кафедры управления персоналом,
НИУ «БелГУ»*

В современных условиях глобализации и роста конкуренции менеджменту приходится всё больше усилий прилагать к поиску методов опережения конкурентов. Применительно к бизнесу – это поиск лучших практик у ведущих компаний внутри отрасли и вне ее, далее следует анализ причин своего отставания, чтобы наиболее выгодно адаптировать данные практики к своим условиям. Главным критерием отбора лучших практик – повышение конкурентоспособности и эффективности в результате использования их в своей компании. Решению этой задачи в полной мере способствует такой инструмент управления изменениями, как бенчмаркинг. В настоящее время бенчмаркинг применяется очень многими ведущими мировыми компаниями.

Термин «бенчмаркинг» представляет собой систематическую работу по выявлению, развитию и внедрению в организации лучших практик, в том числе систем, процессов, продуктов, услуг, функций, методов, приемов и инструментов, которые обеспечивают повышение эффективности работы на предприятии [1]. При этом важно понимать, что основная цель бенчмаркинга – это не просто учиться у других, а создавать свой адаптированный и улучшенный вариант.

Одной из самых ярких разновидностей бенчмаркинга является бенчлернинг, который включает в себя организационное обучение, т.е. работу организации над пониманием того, что именно способствует ее успеху, и мотивацию к более успешной работе [2]. Самообучающаяся организация постоянно расширяет свою способность создавать собственное будущее, они придерживаются идеи всестороннего обучения. В

данных компаниях управляющие уже не задаются вопросом «зачем это необходимо?», а ставят вопрос «как достичь желаемого?». Второй не менее значимый вид бенчмаркинга – бенчфьючинг – моделирование успешного будущего на 5-10 лет вперед, т.е. построение образа будущего успешного результата. Чтобы успешно осуществить бенчфьючинг, необходимо воспользоваться бенчресингом – пути достижения бенчфьючинговых целей, т.е. мысленное прохождение дистанции перед стартом.

Бенчмаркинг незаменим в ситуациях, когда руководство не знает, насколько хорошо должны работать отдельные подразделения; не верит в реальность достижения значительных улучшений; не понимает, как осуществить значительные улучшения в организации. Фактически это альтернативный метод стратегического планирования, в котором задания определяются не от достигнутого, а на базе изучения показателей конкурентов. Технология бенчмаркинга может включать разработку стратегии, отраслевой анализ и оценку показателей конкурентов в комплексе.

Идеи, заложенные в бенчмаркинге, хорошо соответствуют принципу «выигрываем все вместе» и соответствуют современному менеджменту. Убеждение, что конкуренция всегда хороша как для компании, так и для ее персонала, ошибочно. Уже в ближайшем будущем неизбежен переход к обществу, в котором не должно быть проигравших. Совместная работа на благо компании, на благо общества и экономики в целом имеет гораздо больший потенциал, чем работа, основанная на конфликте и соревновании. В связи с этим, бенчмаркинг позволяет повышать доходность и эффективность бизнеса; улучшать функционирование бизнес-процессов и качество продуктов; ускорять позитивные решения и управлять ими; осуществлять прорыв в области инноваций.

Не следует полагать, что бенчмаркинг – это всегда простой и быстрый процесс с немедленными результатами. Бенчмаркинговое исследование может занимать от нескольких месяцев до полутора лет, а возможно даже и более, если это, к примеру, связано с крупными инвестициями.

Процесс осуществления бенчмаркинга может быть достаточно запутанным, это связано с отсутствием единого стандарта его проведения, так как известно очень много подходов разных ученых [3]. К примеру, подход к контролю качества, включающий в себя четыре этапа «планируй, измеряй, анализируй и внедряй»; подход в определении удовлетворенности потребителей компании, который имеет пять фаз, разделенных на двенадцать этапов. На практике же организации приспособливают для себя модели и подходы, с тем, чтобы они отвечали их собственному пониманию постоянного улучшения в бизнес-среде.

Для наиболее эффективного применения бенчмаркинга, необходимо выделить пять очевидных типов передачи передовых практик [4].

По содержанию переносимой практики: простое копирование, адаптация к новым условиям, дальнейшее улучшение значимой практики, конструирование идеального образца.

По величине затрат: без затрат, относительно небольшие вложения, серьезные инвестиции.

По скорости получения эффекта: от нескольких дней до трех месяцев, от трех месяцев до полугода, от полугода до года, более одного года, отложенный эффект.

По масштабу ожидаемого экономического эффекта: незначительный, существенный, очень большой.

По сложности реализации: «узнал и применил», издание распоряжения/приказа, изменение инструкций/регламентов, изменение в бизнес-процессах, введение новых нормативов/стандартов.

За кажущейся простотой бенмаркинга на самом деле стоит жесткий технологический инструмент для непрерывного улучшения ситуации во всех сферах деятельности организации, который основан на взаимном обмене достижениями, а не упреками и претензиями.

Процесс осуществления бенчмаркинга можно представить как взаимодействие между двумя основными субъектами – владельцем, который обладает лучшей практикой,

и получателем, который желает улучшить собственную практику [5]. Получатель должен изначально выявить и проанализировать «новшество», в том числе установить ее преимущества, а также источники этих преимуществ. Лучшую практику получатель воспринимает, в основном, не полностью, а через некоторый фильтр, так как некоторая информация не несет важности для получателя. И, наконец, получатель должен адаптировать лучшую практику, преобразовать ее с учетом своих возможностей, специфики и улучшить тем самым собственную практику.

В процессе определения факторов успеха получатель через свою «призму факторов успеха» определяет те факторы, которые он намерен перенести на свою организацию. В результате огромное количество факторов успеха становится достоянием не только их владельца, но и всех субъектов процесса бенчмаркинга.

Искусство эталонного сопоставления позволяет обнаружить то, что другие делают лучше нас и, изучив, совершенствовать и применять заимствованные идеи. Анализ и сравнение своих показателей с показателями конкурентов и лучших организаций, изучение и применение успешного опыта других у себя в компании способствует распространению передовых подходов к ведению бизнеса и непрерывному развитию. Внедрение бенчмаркинга способствует открытости бизнеса, повышению его эффективности, что так необходимо для многих компаний сегодня. Освоение этого метода управления и совершенствования бизнеса позволит, не только крупным, но также малым и средним, идти в ногу со временем и занять достойное место на мировом рынке в ближайшем будущем.

Литература

1. Фуколова, Ю. Все лучшее – себе. Бенчмаркинг / Ю. Фуколова// Секрет фирмы. – 2010. – № 6. –С. 56-73.
2. Маслов, Д. Бенчмаркинг – новое слагаемое успешной стратегии бизнеса в России / Д. Маслов //Деловое совершенство. – 201. – № 7. – С. 43-51.
3. Карлев, Б. Бенчмаркинг – взгляд в будущее / Б. Карлев// Стандарты и качество. – 2009. – № 3. –С. 38-45.
4. Салонен, Л. Бенчмаркинг / Л. Салонен // Управление персоналом. – 2010. – № 10. – 235 с.
5. Зиберг, Г. Бенчмаркинг. Руководство для практиков/ Г. Зиберг. – М.: Издательство КИА-центр, 2012. –185 с.

КРАУДСОРСИНГ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Е.Ю. Коротких,
*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*
Научный руководитель Л.А. Третьякова,
*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры управления персоналом
НИУ «БелГУ»*

В настоящее время для решения бизнес-задач активно используются социальные технологии. Одним из наиболее ярких примеров такого рода технологий является краудсорсинг – вовлечение большого количества людей для совместной работы с использованием современных интернет-технологий в качестве среды для коллективной деятельности. Суть краудсорсинга заключается в том, что задача предлагается неограниченному кругу людей, вне зависимости от их профессиональной, возрастной и статусной принадлежности [1]. Участники краудсорсинг-программ образуют сообщество, которое путем обсуждения отбирает наиболее удачное решение. Если придерживаться

всех правил краудсорсинга, то именно он может помочь вывести организацию на новый уровень конкурентоспособности.

Краудсорсинг направлен на решение взаимосвязанных задач, таких как: сбор и обработка информации, сбор и обработка конструктивных идей, сбор предложений к проектам документов, формирование аудитории независимых экспертов.

Краудсорсинг представляет собой не просто организацию форума, на котором участники формулируют в нерегулируемом режиме свои вопросы, замечания и предложения, и даже не традиционный механизм обратной связи, а организационно и методически упорядоченную модель взаимодействия организации с инициативными пользователями интернета. Реализация принятой модели предполагает формирование и внедрение таких управленческих процессов, как формулирование тем обсуждения, определение условий обсуждения, привлечение и мотивация экспертов, отбор и фильтрация идей, документирование результатов обсуждения [2].

При использовании краудсорсинга компании-производители полагаются на пользователей не только в вопросе формулировки потребностей, но и в определении изделий и усовершенствований, которые бы удовлетворили эти потребности. Эта технология отражает желание потребителя бесплатно или за небольшую цену поделиться своими идеями исключительно из интереса увидеть эти идеи воплощенными.

На данный момент существует много направлений использования краудсорсинга, однако наибольшее распространение получили [3]:

- Создание нематериальных ценностей
- Привлечение денежных средств
- Управление и обмен знаниями
- Получение обратной связи, оценка и голосование

Существует огромное количество разновидностей краудсорсинга, необходимо выделить самые известные из них [4].

Конкурсные платформы – платформы, в которых работа построена на том, что заказчик объявляет конкурс, размещая задание на сайте платформы, далее исполнители предлагают свои решения и оценивают предложения коллег, в результате отбирается или несколько первых мест, которые, как правило, вознаграждаются.

Платформа микрозадач – краудсорсинговый интернет-ресурс, который позволяет оформлять запросы на использование человеческого интеллекта для выполнения задач, которые нельзя формализовать и поручать компьютерам.

Краудсорсинг-агрегаторы – платформы, которые принимают от клиента проект, разбивают его на отдельные задачи, которые можно предложить в виде микропроектов для краудсорсинговой рабочей силы, а затем агрегируют результаты. Такой подход позволяет решать крупномасштабные, трудно автоматизируемые задачи.

Добровольные вычисления – это площадки, которые реализуют идею использования компьютеров добровольцев для распределенных вычислений.

Справочные ресурсы – платформы, построенные по принципу «каждый кто знает больше, может улучшить справочный ресурс». Платформа призвана организовать коллективную деятельность, задать формат.

Совместное использование данных, в данном случае подразумевается краудсорсинговое выполнение проекта и предоставление для коллективного просмотра. Компания-организатор использует мобильные приложения, которые доступны для различных видов смартфонов и предоставляются пользователям для сбора данных о наличии и качестве сигнала. Полученные сведения передаются на серверы проекта и визуализируются.

Рейтингование контента главная цель которой – коллективное создание и рейтингование контента с тем, чтобы наверху (в поле лучшей видимости посетителей) оказывались наиболее популярные произведения. Самые распространенные сайты данного профиля – это новостные социальные сайты, контент которых создается и оценивается пользователями.

Платформы по сбору идей – платформы, которые могут быть организованы конкретными корпорациями и нацелены на сбор идей по ее развитию.

Краудфандинг – это коллективное сотрудничество, основанное на доверии людей, которые объединяют свои деньги или другие ресурсы, как правило, через интернет, чтобы поддержать проекты, начатые по инициативе других людей или организаций. Краудфандинг может быть направлен на достижение различных целей, к примеру, на проведение политических компаний, финансирование запуска новой компании или бизнеса.

Коллективные инновации, в данном виде используется программная платформа для построения краудсорсинговых решений, которая включает такие элементы, как стимулирование генерации идей, оценка вклада участников, объективный выбор генерируемых в толпе идей, стимулирование участия, аналитическая обработка ответов. К примеру, создан проект, который позволяет организациям решать свои задачи, подключая их к различным источникам генерирования инноваций на базе краудсорсинговых технологий и с опорой на разные аудитории, включая сообщества сотрудников, клиентов, партнеров, а также других краудсорсинговых ресурсов.

Вопросы – платформы, работающие по принципу конференции, в которых одни пользователи задают вопросы, а другие пытаются на них ответить. Автор вопроса может оценить качество ответа и выделить лучший. Набранная статистика показывает наиболее адекватные ответы на поднятые вопросы. Идея подобных сервисов состоит в том, чтобы аккумулировать экспертное мнение сообщества.

Рынки контента, в данном виде посетители размещают и рейтинуют некоторый контент, а владельцы сайта пускают в производство его лучшие образцы.

Рынки предсказаний – платформы, нацеленные на создание прогнозов. Подобные рынки позволяют создать активы, конечная денежная стоимость которых связана с определенным событием или параметром. Игрок отвечает своим кошельком за точность прогноза.

Рынки услуг – в проектах данного вида краудсорсинга приглашают работодателей, предлагая им передать на аутсорсинг проекты по программированию, дизайну, написанию текстов и специалистов, готовых эти проекты выполнять. Приглашаются также технические писатели для поддержки блогов, создания статей и контента сайтов, дизайнеры сайтов, логотипов и графических элементов дизайна. Также ведется работа по сведению на своей площадке работодателей и работников, при этом берется комиссия как с тех, кто предлагает работу, так и с тех, кто её выполняет. Выполняется ещё одна не менее важная функция – принятие платежей от работодателей и выплата вознаграждения исполнителю после того, как заказчик подтверждает, что он удовлетворен своей работой.

Поощрение инноваций – к данной категории можно отнести различные фонды, которые устраивают конкурсы инноваций. К примеру, некоторые фонды учреждают премии с целью способствовать совершению научных прорывов в самых разных областях и используют в своей работе краудсорсинг технологии.

Краудсорсинг как и многие другие механизмы по повышению конкурентоспособности имеет свои преимущества, такие как: доступ к талантливым кадрам по всему миру; ориентация на конечный продукт; получение необходимых материалов, идей и другой информации как результат работы привлеченной аудитории; непредсказуемый творческий результат (существует возможность получить нечто уникальное и оригинальное); заказчик сам назначает стоимость проекта; экономия времени (заказчик не тратит силы на то, чтобы найти отдельных исполнителей, не просматривает портфолио и не тратит время на переговоры или личные встречи); всю необходимую работу делают неоплачиваемые или малооплачиваемые профессионалы-любители, которые и готовы тратить свое свободное время на создание контента, решение проблем, проведение исследований и разработку; заказчик работает сразу с большой аудиторией исполнителей; заказчик оплачивает только ту работу, которая действительно ему понравилась и решает его бизнес-задачу [5].

Наряду с преимуществами, краудсорсинг имеет перечень недостатков: сложность или невозможность использования для краткосрочных проектов (недостаток

коммуникации между заказчиком и исполнителем не позволит сделать достаточно сложный продукт); отсутствие гарантий результата (ни одна платформа не даст 100% результат, однако почти все платформы гарантируют возврат приза, если заказчику не подойдут результаты проекта); риски для исполнителя (платформа не гарантирует, что работа всех участников будет оплачена); нет гарантий, что среди разработчиков не будет хакеров и что созданные приложения будут безопасными и хакеры не прикроют элементы вредоносного кода в конечный продукт; возможный низкий уровень исполнителей, т.е. качество вторично; многие лучшие идеи так и остаются никому не известными, погребенные под огромным количеством типичных предложений; популярные и простые идеи побеждают непопулярные и сложные, будь последние хоть трижды гениальные [6].

В настоящее время, от того насколько быстро и правильно будут применяться современные механизмы краудсорсинга, зависит конкурентоспособность и эффективная деятельность организаций. Используя технологии краудсорсинга, можно быстро и качественно подняться на новый уровень развития, что принесет немалую выгоду не только предприятию, но и всем сотрудникам в целом.

Литература

1. Хау, Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау // Секрет фирмы. – 2012. – № 8.
2. Хиппель, Э. Потребительские инновации – новая парадигма развития / Э. Хиппель // Деловое совершенство. – 2011. – № 5.
3. Беленький, А. Многоликий краудсорсинг / А. Беленький // РИА «Стандарты и качество». – 2011. – № 10.
4. Пипия, Л. Краудсорсинг / Л. Пипия // Управление персоналом. – 2010. – № 10.
5. Новек, Б. Руководство для практиков / Б. Новек. – М.: Издательство КИА-центр, 2012.
6. Белов, А. Что такое краудсорсинг? / А. Белов // Типы и виды, способы заработка и новых идей. – 2011. – № 6.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ, РАЗВИТИЯ И СОХРАНЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Е.Ю. Коротких,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель А.А. Подвигайло,
кандидат исторических наук, доцент
кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Проектирование инновационных технологий в работе с человеческими ресурсами определяется, прежде всего, необходимостью использования приемов и методов инновационной деятельности, в результате которой рождаются и получают свое воплощение новые научно-практические идеи, подходы, инициативы. При этом происходят позитивные качественные изменения в различных сферах общественной жизни, что приводит к рациональному использованию материальных, духовных и социальных ресурсов.

Одной из наиболее важных технологий по работе с персоналом является здоровьесберегающая. Такая технология приобретает все большее значение по той причине, что состояние здоровья современного работника имеет тенденцию к ухудшению. В целях полноценного использования инструментов социальной работы при формировании, развитии и сохранении человеческих ресурсов организации данная технология приобретает чрезвычайную значимость.

Здоровьесберегающие технологии представляют собой совокупность форм, средств и методов, которые направлены на достижение оптимальных результатов в поддержании физического, психического, нравственного и социального благополучия работника. На сегодняшний день особенно актуальна технология самосбережения здоровья и жизненного оптимизма – ортобиоза [1]. Современным направлением ортобиоза является ортобиотика, в центре внимания которой психологическая предрасположенность к стрессу работников, проблемы питания, общения, проблемы семьи и старости. В каждом конкретном случае предлагается комплексный подход к преодолению возникающих проблем [2].

Технология самосбережения здоровья и жизненного оптимизма в работе с персоналом организации реализуется в различных формах. К примеру, это могут быть профилактические обучающие программы для работников и специалистов по работе с персоналом и специальная коррекционная работа с сотрудниками, входящими в группу риска. Не менее важной формой является организация социокультурной деятельности в организации пропаганде самосберегающего поведения и организация досуга, туризма и отдыха с учетом потребностей и пожеланий работников [3].

В рамках данной технологии работники получают знания по правильному построению режима рабочего дня, режима питания, движения, труда и отдыха. Получая конкретные рекомендации по структуре питания, способам релаксации, снятию напряжения на рабочем месте, повышению стрессоустойчивости, активизации жизненной энергии, работник учится понимать самого себя на телесном уровне восприятия, чтобы вовремя заметить возможные изменения, принять меры, внести необходимые коррективы в свой образ жизни.

Технология формирования здорового образа жизни работников является комплексной и включает в себя несколько компонентов: диагностическую процедуру – анализ физического, психического и нравственного состояния сотрудника; преобразование – проведение с коллективом курса практических занятий по теме самосбережения здоровья, который должен включать в себя как теоретический материал, так и большое количество различных тренингов; поддержку и помощь – конструктивное индивидуальное взаимодействие работников, выбор мероприятий и инструментария, необходимых для укрепления мотивации оптимистического настроения; контрольную диагностику, которая проводится с помощью методик, использованных на диагностическом этапе; профилактику – научно обоснованные и своевременно предпринимаемые действия, направленные на сохранение, поддержание и защиту нормального уровня жизнедеятельности работников.

Необходимо заметить, что именно профилактика является самым перспективным направлением в рамках данной технологии работы с персоналом, поскольку она предоставляет возможность коллективу компании стабильно развиваться, предупреждает появление конфликтов и стрессов.

Другой, немаловажной технологией по формированию, развитию и сохранению человеческих ресурсов является маркетинговая технология [4]. Данная технология выполняет ряд функций: диагностическую – анализ существующих актуальных и потенциальных потребностей работников в социальном обеспечении и социальной защите; аналитико-прогностическую – выявление и учет в организации социальных групп и отдельных работников, относящихся к группе социального риска; системно-моделирующую – определение характера, объема и методов социальной работы, направленной на обеспечение социального благополучия работников; проектно-организаторскую – разработка, ресурсное обоснование, реализация и оценка социальных проектов, направленных на удовлетворение потребностей работников в социальном обеспечении и социальной защите.

Маркетинговое сопровождение может быть внешним и внутренним, осуществляться постоянно или носить временный характер. Внешнее маркетинговое сопровождение на предприятии, организованное на базе органов управления социальной защиты населения, обеспечивает получение необходимой информации о специфике и профиле деятельности организации, видах и объемах предоставляемых ими услуг. Внутренне маркетинговое сопровождение работы с персоналом в организации

предполагает обеспечение организационного проектирования и реализацию программ оказания социальных услуг работникам.

Универсальный подход к описанию функций современного маркетинга позволяет выделить комплекс функций предназначенных для социальной работы с персоналом: аналитическая функция – изучение внешней и внутренней среды организации, потребностей и социальных проблем работников; инновационная функция – определение и организация разработки новых социальных программ и услуг, управление качеством и конкурентоспособностью социальных программ и услуг; функция реализации – проведение целенаправленной политики предоставления социальных услуг, организация системы функционирования социальных программ и услуг, организация сервиса по оказанию социальных услуг; функция управления и контроля – организация стратегического и оперативного планирования социальной работы в организации, информационное обеспечение социальной работы, организация контроля проводимых мероприятий.

Данные, полученные в результате маркетинговых исследований позволяют выявить основные социальные потребности работников, осуществлять социальную диагностику и прогнозирование, разрабатывать адекватные меры социальной поддержки. Своевременно предпринятые меры помогут организации избежать ряда социальных проблем или выгодно использовать сложившуюся ситуацию.

Технология цикла и ритма в работе по развитию, формированию и сохранению человеческих ресурсов также имеет немаловажное значение [5]. В научной литературе циклические теории характеризуются как концепции социального развития, определяющим признаком которых является идея о постоянном и периодическом прохождении различными сосуществующими в пространстве и сменяющимися общественными образованиями, аналогичными замкнутым циклам зарождения, подъема, упадка и гибели.

Цикличность обеспечивает возникновение нового при относительной повторяемости элементов старого. Для того чтобы соблюдались критерии для реализации циклического подхода в социальной работе, необходимо соблюдение некоторых принципов: принцип циклической интерпретации, предполагающий описание социальных явлений (деятельность и активность участников, групповое и индивидуальное поведение работников); принцип циклического развития конкретизирует идею социального измерения циклических явлений (для понимания циклического своеобразия в развитии конкретного работника или группы работников, для объяснения их поведения необходимо биографическое исследование жизненного пути, деятельность в организации на основе конкретных трудовых и социальных процессов; принцип циклического измерения конкретизирует идею гуманитарного измерения циклического процесса (экономические и культурные события, происходящие в организации, социальная работа с персоналом оцениваются с точки зрения их циклической повторяемости); принцип циклического эффекта оформляет приоритетную для исследования социальную область (социальная работа с персоналом, как научно-практическая деятельность, рассматривает действия субъектов, приводящие к преобразованию социальной среды и влияющие на жизнедеятельность работников, как череду циклических действий).

В настоящее время, от того насколько правильно будет проводиться работа по формированию, сохранению и развитию человеческих ресурсов зависит конкурентоспособность и эффективное функционирование любой организации. Используя инновационные технологии в социальной работе с персоналом можно быстро и качественно подняться на новый уровень развития, что принесет немалую выгоду не только предприятию, но и всем сотрудникам в целом. Ведь благодаря этому происходят позитивные изменения в различных сферах общественной жизни и ведется рациональное использование всевозможных ресурсов организации.

Литература

1. Мечников, И.И. Этюды о природе человека / И.И. Мечников // Практикум по управлению. – М.: Изд-во Академии наук. – 2009. – С. 292.
2. Шепель, В.М. Ортобиотика: слагаемые оптимизма / В. М. Шепель // Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Авиценна, ЮНИТИ. – 2011. – С. 86.
3. Юматова, Д.Б. Технология сохранения здоровья и жизненного оптимизма / Д.Б. Юматова // Руководство для практиков. – М.: ГУ Центр «Семья». – 2010. – С. 163.
4. Плотинский, Ю.М. Модели социальных процессов / Ю.М. Плотинский // Учебное пособие для ВУЗов. – М., 2011. – С. 94.
5. Холостова, Е.И. Технология социальной работы / Е.И. Холостова // Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Владос. – 2010. – С. 79.

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА КАК ФАКТОРА, ВЛИЯЮЩЕГО НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

О. В. Куприна,

магистрант кафедры экономики и статистики, НИУ «БелГУ»

В настоящих условиях функционирования информационной экономики интеллектуальный капитал выступает в качестве ведущего фактора производства, наличие и использование которого является основой деятельности каждой организации, влияет на эффективность ее функционирования и конечные финансовые результаты.

Значение интеллектуального капитала как производственного постоянно увеличивается. Своеобразным двигателем развития общества и экономики считается «умственный запас», следовательно, исследование механизмов влияния интеллектуального капитала на результаты финансово-хозяйственной деятельности организаций является весьма актуальной.

Известны несколько подходов к толкованию сущности понятия «интеллектуальный капитал предприятия». Как видно из рис. 1. Э.Брукинг считает, что интеллектуальный капитал тождественен нематериальным активам, которые являются основой конкурентоспособности предприятий. Иноземцев В. Л. для трактовки сущности интеллектуального капитала организации вводит в оборот синтетическое понятие «коллективного мозга». Б. Б. Леонтьев рассматривает интеллектуальный капитал организации с точки зрения оценки стоимости интеллектуальных активов. Л. Г. Мельник предлагает наиболее обширное определение интеллектуального капитала как умственных способностей людей.

Обобщая мнения разных ученых можно сделать вывод, что интеллектуальный капитал организации как экономический ресурс отличается весьма сложной структурой, он состоит из трех основополагающих компонентов:

- человеческий компонент интеллектуального капитала организации;
- структурный компонент интеллектуального капитала организации;
- клиентский капитал как компонент интеллектуального капитала организации [1].



Рис. 1. Основные концептуальные подходы к трактовке сущности интеллектуального капитала организации

Каждой группе компонентов подходы к трактовке сущности интеллектуального капитала организации присущи специфические свойства и задачи. Рассмотрим их более подробно.

Человеческим капиталом как компонент интеллектуального капитала организации выражается в опыте, знаниях, ноу-хау, креативном способе мышления, навыках, принадлежности корпоративной культуре работников. Оценку человеческого капитала можно осуществить на основе анализа накопленных инвестиций в образование, науку, здоровье, обеспечение безопасности и определенного уровня жизни работников организации.

Структурный капитал как компонент интеллектуального капитала организации объединяет методы и структуру взаимных связей, обеспечивающих эффективное взаимодействие работников организации между собой, а также с внешними контрагентами в течение выполнения производственных функций.

Клиентский капитал как компонент интеллектуального капитала представляет собой систему устойчивых связей и отношений с клиентами и потребителями. В состав клиентского капитала традиционно принято включать деловую репутацию организации, ее контракты и соглашения с клиентами и партнерами, бренд и т.п. Выделение клиентского капитала как самостоятельного ресурса представляют собой достаточно новую тенденцию в экономической науке. Это обосновано тем фактом, что хорошо отлаженные взаимосвязи и взаимодействия организации с клиентами и поставщиками в настоящее время лежат в основе системы обеспечения конкурентоспособности и эффективной деятельности предприятия.

По нашему мнению, такое разделение интеллектуального капитала на компоненты является весьма условным, так как отдельные его составляющие по смыслу и сущности могут быть отнесены одновременно к нескольким компонентам. При этом, разложение интеллектуального капитала организации на составляющие является весьма необходимым для проведения его факторного анализа с целью поиска перспективных путей повышения финансовых результатов предприятия.

Для каждого из рассмотренных компонентов интеллектуального капитала организации возможно определить факторы, улучшающие качественные характеристики и увеличивающие таким образом стоимость интеллектуального капитала (рост профессионализма персонала, совершенствование инфраструктурных активов и т.д.).

Кроме того целесообразным является проведение анализа индикаторов, свидетельствующих о положительных изменениях стоимости компонентов интеллектуального капитала организации, таких как: конкурентные преимущества, увеличение степени удовлетворения клиентов и др. Рост стоимости интеллектуального капитала основывается на взаимодействиях его компонентов и действии синергетического эффекта, оказывающем положительное влияние на стоимость бизнеса.

Интеллектуальный капитал организации может быть реализован путем внедрения и продвижения на рынке новых или усовершенствованных товаров (изделий, услуг), которые наиболее полно удовлетворяют потребности покупателей, чем изделия и услуги конкурентов. Так же интеллектуальный капитал коммерческой организации характеризуется использованием самых современных и эффективных технологий производства продукции, наиболее рациональных управленческих методов и инструментов на всех фазах хозяйственно-производственного процесса [2].

Исследование зарубежного опыта позволяет констатировать, что именно ориентация на инновации и выпуск инновационных товаров, позволяет обеспечить максимальные финансовые результаты организации. А именно в это и выражается эффект от эффективного использования интеллектуального капитала предприятия.

В целом, осмысленное применение интеллектуального капитала с учетом всех характеристик его составляющих должно существенно повысить стоимость любой организации, обеспечить высокий уровень его финансовых результатов и твердые конкурентные позиции.

Можно сказать, что ключевая роль интеллектуального капитала выражается в создании и поддержании разнообразных технологических, организационных, финансовых и других преимуществ, положительно влияющих на финансовые результаты организаций [3].

Управленческие решения по увеличению стоимости интеллектуального капитала как части стоимости организации в целом должны привести к возрастанию стоимости бизнеса.

Следует отметить, что финансово-экономические механизмы влияния интеллектуального капитала на стоимость организации могут быть эффективно реализованы лишь при качественном изучении продуктов интеллектуальной

деятельности, рациональном управлении процессами их использования. Особую роль в этом призвана сыграть качественная стоимостная оценка интеллектуального капитала, поскольку именно она призвана обеспечить менеджмент всей необходимой информацией для рационального управления и увеличения стоимости бизнеса. Она также может служить основанием разработки программы эффективного управления интеллектуальным капиталом и критерием полноты осуществления поставленной задачи.

Таким образом, создание интеллектуальным капиталом конкурентных, финансовых и других преимуществ формирует потенциальные возможности его использования в качестве важнейшего фактора роста стоимости компании, выявление которых осуществляется в результате качественной оценки данного экономического ресурса.

Литература

1. Антонова, М. В. Механизм влияния информационных систем на финансовые результаты деятельности предприятия / М. В. Антонова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2007. – № 3. – С. 120-127.

2. Антонова, М. В. Методические аспекты анализа финансово-экономических результатов деятельности кредитных кооперативов / М. В. Антонова, И. В. Чистникова // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2010. № 2(34). С. 225-229.

3. Чистникова, И. В. Формирование инновационной стратегии развития производства в регионе / И. В. Чистникова, Е. В. Никулина // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». – 2013. – Вып. 2 (120). – С. 234-238.

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ИТ-РЫНКА

В. И. Метельков,

*магистрант кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,*

2 курс

Научный руководитель Ж.Н. Авилова,

кандидат социологических наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента организации НИУ «БелГУ»

Развитие российского рынка информационных технологий в течение последнего десятилетия, во многом, обусловлено общей экономической конъюнктурой. В период 1997-2001 гг. рынок рос фактически с нуля, поэтому высокие темпы были естественными. После дефолта 1998 года началась регенерация отечественной промышленности. Именно с этого момента в российской экономике начался промышленный рост. Произошедшее в тот же период повышение цен на нефть способствовало оживлению экономики. Сформировался новый тип потребителя ИТ, способного тратить большие деньги на дорогостоящие проекты - сверхприбыльные сырьевые монополии и государство. Таким образом, первый эшелон крупных заказчиков на ИТ – рынке составили предприятия, которые накопили достаточные денежные средства за счет экспорта нефти и газа. Одним из побудительных мотивов было их стремление выйти на международные фондовые рынки, что означало повышенные требования к финансовой отчетности и вытекающую из этого необходимость внедрения современных информационных систем.

Начиная с 2001 года, началось "остывание" рынка, поскольку механизм, который до сих пор управлял его развитием, оказался в значительной мере исчерпан и уже не мог обеспечить привлечение новых серьезных участников. Крупные сырьевые компании завершили к этому времени первый и основной этап внедрения информационных систем. Второй эшелон крупных заказчиков ИТ - машиностроительные предприятия-экспортеры - не могли обеспечивать столь высокие темпы, так как, в отличие от сырьевых отраслей, здесь было существенно меньше успешных предприятий.

В последние годы темпы роста IT-рынка снижаются. Рынок вступил в стадию «зрелости», что неизбежно привело к усилению конкуренции. Для «выживания» в сложившейся ситуации сегодня многие российские компании вынуждены пересматривать свои конкурентные стратегии и искать эффективные пути формирования конкурентных преимуществ.

Основными сегментами рынка IT-услуг являются:

- 1) IT-консалтинг;
- 2) системная интеграция;
- 3) поддержка IT-оборудования и ПО;
- 4) IT-аутсорсинг;
- 5) инжиниринг;
- 6) IT-обучение.

Анализ выделенного рынка осложняется рядом обстоятельств: отсутствует единый понятийный аппарат; большая часть статистической информации относится к IT-рынку в целом без выделения данных по рынку IT-услуг; показатели по рынку IT-услуг часто включают стоимость проектного оборудования и ПО, которые, в свою очередь, являются продуктами других рынков.

В настоящее время темпы роста подотрасли IT-услуг тоже снижаются, но при этом превышают темпы роста всей отрасли IT. Доля услуг в общей структуре российского IT - рынка значительно меньше, чем в мире. В России на IT-услуги приходится порядка 20% сбыта, тогда как в среднем по миру его доля составляет около 60%, а в европейских странах данная цифра даже превышает эту отметку.

Таблица 1

Структура IT-рынка [1]

	Мировой IT-рынок	IT-рынок Западной Европы	IT-рынок России
Оборудование	33%	29%	69%
ПО	9%	9%	9%
IT-услуги	58%	62%	21%

Каждый отраслевой рынок можно представить в виде определенного типа рыночной структуры (комбинации признаков рыночной организации) обуславливающей способ установления цены и объема выпуска, а также определяющей характер взаимодействия фирм отрасли. В настоящее время на российском рынке информационных технологий действует небольшое число крупных компаний, обеспечивающих порядка 75-80% рынка, и большое число мелких фирм.

В сегменте крупных корпоративных продаж присутствуют признаки олигополистической структуры рынка (небольшое число крупных фирм, слабая доступность информации и высокие входные барьеры). С другой стороны, для подавляющего числа компаний на рынке IT-услуг свойственны признаки монополистической конкуренции (большое количество участников рынка, дифференцированный продукт, низкие входные барьеры, высокая доступность информации). Таким образом, можно констатировать, что на рынке IT-услуг наблюдается смешанная модель рыночной структуры, представляющая собой синтез двух моделей: монополистической конкуренции и олигополии. Соответственно должны различаться стратегии формирования конкурентных преимуществ IT-компаний, находящихся в разных сегментах рынка [2].

Сегодня проблема повышения конкурентоспособности компаний наиболее остро стоит перед фирмами, находящимися в олигополистическом сегменте рынка.

Проведенный анализ отраслевой конкуренции в олигополистическом сегменте рынка информационных технологий по методу исследования пяти конкурентных сил позволяет сделать следующие выводы:

Исследование угрозы вхождения новых конкурентов в отрасль как первой из пяти конкурентных сил показало наличие достаточно высоких входных барьеров. В олигополистическом сегменте рынка действуют крупные многопрофильные компании,

созданные в период становления российского IT-рынка. Эти компании обладают целым рядом преимуществ, обусловленных эффектом от масштаба и преимуществами по затратам, недоступными для потенциальных участников рынка. К ним относятся а) наличие высокого партнерского статуса; б) сформированный штат сертифицированных специалистов в условиях нарастающего кадрового дефицита; в) опыт и наработанная «история успеха»; г) наличие дорогостоящего демонстрационного оборудования.

К тому же все крупные компании расположены, главным образом в Москве и Санкт-Петербурге, где и находятся основные крупные потребители информационных продуктов и услуг. Организация филиалов крупных компаний в регионах, не охваченным IT-бизнесом, дает им потенциальные преимущества в виде благоприятного расположения. Вероятность выхода на этот сегмент рынка новых компаний мала в силу неразвитости механизма венчурного финансирования и низкой привлекательности отрасли для потенциальных инвесторов.

Давление со стороны *продуктов-заменителей* является незначительным на данном этапе развития рынка. Близкими заменителями высокоуровневых IT-услуг являются более дешевые услуги, предоставляемые мелкими компаниями. В перспективе влияние возможных заменителей будет снижаться в связи с развитием информационной культуры потенциальных потребителей и необходимостью информатизации сложных бизнес-процессов на предприятиях различных отраслей для повышения их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

В настоящее время *власть покупателей* на рынке IT-услуг значительна из-за того, что основными потребителями продукта являются крупные компании, а средние и малые предприятия пока не обладают достаточными финансовыми средствами. С развитием потенциального спроса со стороны среднего и малого бизнеса (СМБ) рыночная власть покупателей будет снижаться.

Исследование *рыночной власти поставщиков* выявило два основных типа поставщиков в отрасли IT-услуг:

- 1) компании-производители ПО и оборудования,
- 2) квалифицированные IT-специалисты.

Конкурентная сила поставщиков достаточно велика. Но, если конкурентную силу поставщиков оборудования и программного обеспечения можно снизить путем диверсификации каналов поставки, то силы конкуренции специалистов в краткосрочном периоде, с высокой долей вероятности, будут расти, в силу значительного отставания темпов роста их предложения от темпов роста спроса на них.

Интенсивность соперничества усиливается в результате вхождения рынка IT - услуг в стадию зрелости в нише крупных заказчиков и низком уровне спроса в нише малого и среднего бизнеса. Важной тенденцией современного этапа развития является стремление компаний к укрупнению, слияниям и поглощениям для увеличения масштаба бизнеса и повышения своей конкурентоспособности. Можно прогнозировать, что уже в ближайшее время на российском рынке будет действовать не более 7-8 крупных компаний. Обобщенная оценка влияния пяти сил конкуренции на рынке IT-услуг приведена в табл. 2

Таблица 2

Силы конкуренции на рынке IT-услуг

	Силы конкуренции на рынке IT-услуг	Степень влияния	
		в настоящее время	в перспективе
1	угроза вхождения в отрасль новых конкурентов	слабая	сохранится
2	отраслевая конкуренция	сильная	будет расти
3	рыночная власть покупателей	сильная	будет снижаться
4	рыночная власть поставщиков	сильная	будет расти
5	угроза появления товаров заменителей	слабая	будет снижаться

Таким образом, при разработке своих конкурентных стратегий ИТ – компании должны учитывать, главным образом, возрастающее влияние двух рыночных сил: усиление отраслевой конкуренции и рыночную власть поставщиков. В отрасли ИТ-услуг именно ресурсы основных поставщиков определяют эффективность производственного процесса и качество продукции.

Структурный анализ отрасли целесообразно дополнить диагностированием влияния государственной политики на условия функционирования отрасли. С одной стороны, можно оценивать влияние государства на отрасль посредством пяти сил конкуренции, с другой, и это особенно важно в современных российских условиях, государство достаточно активно вмешивается в развитие отрасли как объект влияния, что приводит к противоречивым последствиям. С одной стороны, воздействие власти всех уровней заметно искажает отраслевую структуру, влияет на возможности конкурентов и ставит различные предприятия в неравные условия входа на рынок.

В то же время очевидна необходимость осуществления государственной поддержки ИТ-отрасли. Особенно важным является институциональное оформление политики государства в ИТ области через разработку специальных федеральных программ, формирование и развитие профильных структур в органах государственного управления, активизация деятельности бизнес-ассоциаций. При этом все проводимые мероприятия по поддержке ИТ - отрасли должны сопровождаться системой оценок их эффективности и анализом полученных результатов. Без мониторинга промежуточных и конечных результатов государственные программы и решения не принесут ощутимых изменений.

Литература

1. Михеев, К.Н. Особенности формирования конкурентных преимуществ компаний на российском рынке ИТ / Михеев К.Н. – М., 2008. – С. 113-120.
2. Карпов, В. Маркетинговое исследование рынка / Карпов В. // Маркетинг. – 2009. – №2. – С.78-88.
3. Интенсивность соперничества среди внутриотраслевых конкурентов [Электронный ресурс]. URL : <http://www.hf1.ru> (дата обращения: 28.10.2013).

КОУЧИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

В. О. Морозова,

*студентка кафедры управление персоналом
Института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И. В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Современные технологии предоставляют руководителю дополнительные средства как по анализу информации, так и по процедурам выработки управленческих решений, сравнительной оценки альтернативных вариантов решений, прогнозированию и разработке сценариев ожидаемого развития ситуации. Для многих предприятий очень полезно ввести технологию коучинга, которая появилась в нашей стране совсем недавно. Коучинг – это партнерское сотрудничество, благодаря которому раскрывается, реализуется потенциал каждого сотрудника и достигаются результаты. Тимоти Голлвей определил сущность коучинга: «Коучинг – это раскрытие потенциала человека с целью максимального повышения его эффективности. Коучинг не учит, а помогает учиться»[1].

Актуальность этого стиля управления персоналом заключается в том, что потенциал работников во многих компаниях огромный, однако не всегда он раскрывается

в полном объеме. Коучинг предполагает такое управление, когда сотрудники совместно с руководителями определяют нормы и цели, которые будут применять в их коллективе, оценивают насколько они сочетаются с генеральными целями компании, согласовывают способ управления, который будет применяться по отношению к ним. Если работники сразу не готовы полностью принять ответственность за свои действия, то руководитель постепенно подготавливает их к этому, и через какое-то время он уже сможет только обсуждать с ними способ, с помощью которого сотрудник лучше понимает что надо сделать, и сам выбирает способ выполнения задания (начальник не дает приказов, как это делать, а способствует выработке решения). В этом случае он хорошо информирован о способе выполнения задания, что повышает уровень контроля за рабочим процессом. Работник же получает возможность управлять своим трудом: распределять время, определять необходимые ресурсы и т. д. Одновременно он понимает свою ответственность за конечный результат. Именно это активизирует внутренние ресурсы и создает внутреннюю мотивацию, а также повышает удовлетворенность трудом и препятствует профессиональному выгоранию[2]. В коучинге начальник выступает и в роли наставника, который занимается направлением деятельности работника, и в роли профессионального коммутатора, обеспечивающего эффективное общение в процессе производства. Эффективное общение включает следующие компетенции:

1) активное слушание – это умение понимать не просто смысл сказанного, но и то, что не говорится. Это способность видеть картину мира, которая порождает определенные утверждения и вопросы;

2) умение задавать сильные вопросы – т. е. вопросы, благодаря которым человек открывает новые возможности, находит альтернативные решения. Они побуждают людей двигаться к целям, быть инициативными, видеть ситуацию с разных сторон;

3) умение давать обратную связь, что позволяет руководителю стать партнером.

Для успешного использования коучинга необходимо взглянуть на скрытые способности каждого человека более оптимистично. Притворного оптимизма недостаточно, поскольку наши истинные представления проявляются многими способами, которые мы даже не осознаем. Когда использовать коучинг и для чего? Наиболее очевидные возможности применения коучинга на рабочем месте: мотивация персонала, оценка и аттестация, делегирование полномочий, выполнение задания, решение проблем, планирование и контроль, вопросы взаимоотношений, развитие персонала, создание команды [3].

Коучинг поможет компаниям получить следующие результаты:

- 1) улучшение продуктивности деятельности;
- 2) развитие персонала;
- 3) лучшее обучение;
- 4) улучшение взаимоотношений;
- 5) улучшение качества жизни;
- 6) больше конструктивных идей;
- 7) больше времени для менеджера;
- 8) лучшее использование мастерства и ресурсов людей;
- 9) большая гибкость и адаптивность к изменениям.

Современный коучинг разделяют на несколько направлений. Основными являются:

1. Коучинг как вид консультирования.
2. Коучинг как стиль управления.

Как вид консультирования выделяют бизнес-коучинг, то есть коучинг для решения различных задач в сфере бизнеса, и лайф-коучинг, то есть коучинг для решения каких-либо жизненных задач, достижения жизненных целей. Деление это весьма условно, так как бизнес – это, как правило, неотъемлемая часть нашей жизни. Но, в тоже время, это деление вполне оправданно, так как в современной традиции бизнес- это бизнес, а личная жизнь – это личная жизнь. Бизнес-коучинг может проводиться как индивидуально, так и для команд (например, в рамках выполнения какого-либо проекта).

Коучинг, как вид консультирования представляет собой серию бесед (коуч-сессий) коуча и клиента, в процессе которых рассматриваются интересующие клиента темы, и

происходит поиск оптимальных решений задач, стоящих перед клиентом. Подразумевается, что клиент уже знает решение, причём самое лучшее, но он его просто не видит и не может решиться на него. И коучу нужно лишь направить клиента в нужное русло.

Технически это выглядит приблизительно так: при первой встрече коуч и клиент заключают контракт, то есть подробно оговаривают все аспекты дальнейшего сотрудничества. Затем на коуч-сессиях рассматриваются интересующие клиента проблемы. Коуч задаёт вопросы и слушает клиента, а клиент на эти вопросы отвечает. Данные вопросы задаются по определённой методике, которая позволяет клиенту в процессе беседы найти ответ на интересующий его вопрос, найти решение задачи, которую он сам перед собой поставил.

Надо отметить, что не коуч находит эти решения, а именно сам клиент. Коуч только направляет клиента к нужному решению.

Этот вид коучинга будет интересен всем, кто хочет измениться, кто хочет достичь больших результатов в бизнесе и в жизни. Это актуально для тех, кто чувствует в себе потенциал и стремится развить его.

Коучинг как стиль управления становится всё более популярным во всём мире. В идеале коучингу должны обучаться все менеджеры компании для эффективной своей деятельности. Однако не обязательно быть профессиональным коучем, менеджерам необходимо знать лишь основы коучинга, чтобы они умели применять данный стиль в своей работе. Очень важно, чтобы все сотрудники компании знали, что такое коучинг и для чего он нужен. В большинстве случаев в качестве коуча выступает, руководитель. Но эту же роль вполне может играть любой сотрудник компании, обладающий необходимыми для коучинга знаниями и навыками. При управлении в стиле коучинг несколько правильных вопросов заданных в нужный момент прекрасно заменяют длительные инструктажи и многочисленные указания. Очень важно, что в этом случае сотрудник не просто слепо выполняет полученные указания, а самостоятельно находит оптимальный вариант решения поставленной задачи, который полностью соответствует требованиям руководства[4].

В коучинге как стиле руководства могут быть заинтересованы практически все компании, стремящиеся к повышению эффективности управления, максимальном использовании потенциала сотрудников компании, создании благоприятной и продуктивной атмосферы внутри компании.

По мнению многих авторов коучинг нужен всем и каждому, не бывает бесполезного коучинга, нет вопросов, в решении которых не помог бы коучинг. Коучинг ещё только развивается в нашей стране, очень мало о нём информации.

Коучинг важен для тех, кто хочет максимально реализовать себя в жизни, в бизнесе, быть успешным во всех сферах своей деятельности. Оптимально выстроить карьеру, добиться взаимопонимания с окружающими, повысить эффективность бизнеса, улучшить качество своей жизни – всё это и многое, очень многое другое можно сделать с помощью коучинга. Также, коучинг нужен в первую очередь тем, кто стремится к своему развитию, наиболее полному раскрытию своего потенциала и достижению максимальной эффективности своего бизнеса, своей жизни. И таких людей в нашей стране становится всё больше.

Литература

1. Уитмор, Д. Коучинг высокой эффективности / Д. Уитмор. – М.: Мак, 2005. – С. 17.
2. Дауни, М. Эффективный коучинг / М. Дауни. – М.: Добрая Книга, 2005. – С. 45.
3. Перцев, А.В. Коучинг: успех после успеха / А. Перцев. – Екб.: У-фактория, 2005. – С. 84-89.
4. Фопель, К. Уверенное управление. Тренинг, коучинг, саморазвитие / К. Фопель. – М.: Генезис, 2004. – С. 95.

ВЫДЕЛЕНИЕ СТИЛЕЙ РУКОВОДСТВА И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

В.О. Морозова,

*студентка кафедры управление персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель А. А. Подвижайло,

кандидат исторических наук, доцент,

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

По проводимым исследованиям среди менеджеров, одним из самых сложных аспектов является управление людьми, направление их действий для эффективного функционирования организации. Этот процесс осуществляется с помощью различных методов, стилей, способов, воздействия на них с целью получения необходимого результата. Среди основных стилей управления выделяют: авторитарный демократический и либеральный [1].

Проблема исследования состоит в том, что в реальной жизни типы руководства не соответствуют теоретической основе, так как все люди различны, и это вызывает трудности в выборе того или иного стиля руководства.

Мы проводили исследование в ООО «Газпром добыча Ямбург» филиала УТТиСТ.

В аппарате управления данной организации работают 84 человека. Из них на момент исследования на рабочей вахте находилось 46 человек, и в нем участвовало 40 человек.

Для изучения эффективности стилей руководства, мы использовали следующие методики:

1) тест «определение стиля руководства с помощью самооценки». Специфика данной методики заключается в том, что она позволяет определить стили руководства не экспертным способом, а с помощью самооценки. Вторым ее отличием является то, что она позволяет выявить не только ведущий стиль руководства, но и степень выраженности каждого из трех классических стилей руководства.

2) Тест «Определение стиля руководства трудовым коллективом» В.П. Захарова и А.Л.Журавлева. Методика состоит из 16 групп утверждений, отражающих различные аспекты взаимодействия руководства и коллектива.

Методика направлена на определение стиля руководства трудовым коллективом. Тест содержит 16 групп утверждений, характеризующих деловые качества руководителя.

3) Анкета, направленная на выявление знаний руководителем своих сотрудников, о климате в коллективе, степени информированности о проблемах в организации. Также данная анкета выявляет то, как умеет общаться руководитель со своими подчиненными, как решает проблемы, связанные с организацией, какова эмоциональная устойчивость нашего управленца.

Первая методика, которую мы использовали- тест на определение стиля руководства трудовым коллективом.

Подсчитав результаты мы видим, что мнения коллектива расходятся (см. рис.1).

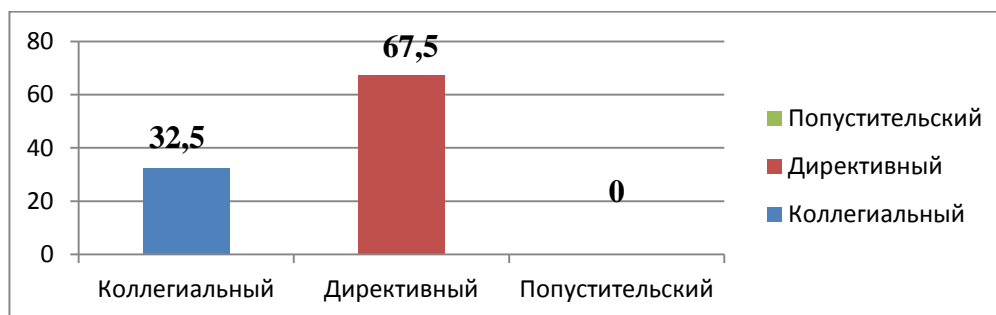


Рис .1 Результаты теста по выявлению стиля руководства подчиненными

По данным результатам, мы видим, что мнения респондентов отличаются. Но большинство отвечает, что руководителю присущ директивный стиль управления, а значит, в нем присутствует единоличное стремление к власти, уверенность себе, большая дистанция с подчиненными, нежелание признавать свои ошибки и очень высокий контроль за деятельностью своих сотрудников.

Другие же сотрудники считают, что руководителю соответствует коллегиальный стиль управления: требовательность и контроль сочетаются с инициативным и творческим подходом к выполняемой работе и сознательным соблюдением дисциплины, демократичность в принятии решения, но при этом, он является настоящим руководителем, так как держит свой персонал в строгости, также является очень требовательным в рамках должностных инструкций.

В рамках исследования директору было предложено ответить на вопросы анкеты и теста.

Проанализировав его ответы на вопросы, мы сделали следующие выводы:

- руководитель склонен считать, что он действительно в курсе всего, что происходит внутри организации;
- он считает, что знает все про всех своих сотрудников;
- он склонен преувеличивать свою власть над всеми и вся, и пытается эту власть вынести за пределы работы;
- руководитель считает, что он разбирается во всех ситуациях, происходящих внутри нашей организации;
- он считает, что хорошо понимает людей и разбирается в них;
- ему характерны жесткие, приказные методы принятия решений;
- он считает, что всегда прав;
- стремится к единовластию;
- руководитель уверен в своих правильных решениях;
- он непонимает, что он является вспыльчивым человеком.

Также, проведя тест на определение стиля руководства и степени его выраженности самим руководителем, мы увидели, что у него высокая оценка по авторитарному стилю управления (14), а это значит, что он раскрывает ярко выраженные лидерские качества и стремление к единоличной власти, непреклонность и решительность в суждениях, энергичность и жесткость в требованиях, неумение учитывать инициативу подчиненных и предоставлять им самостоятельность, чрезмерно резкую критику и предвзятость в оценках. В демократическом стиле управления у него средняя оценка (13), это означает, что у руководителя наблюдается: устойчивое стремление жить интересами коллектива, проявлять заботу о персонале, оказывать доверие заместителям и поощрять их инициативу, использовать убеждение и принуждение, прислушиваться к мнениям персонала.

И по либеральному стилю управления у него наблюдается минимальная оценка (4): неустойчивое желание работать с людьми, неумение ставить перед подчиненными задачи и решать их совместно, неуверенность и нечеткость в распределении обязанностей, импульсивность в критике недостатков подчиненных, слабая требовательность и ответственность.

В данном случае мы можем сделать вывод, что у руководителя наблюдается комбинация авторитарного и демократического стилей управления. По мнению авторов теста, данная комбинация является самой эффективной в управлении, также это показывает опытность нашего руководителя (см.рис.2).



Рис.2 Результаты теста на определения стиля руководства и степени его выраженности руководителем

Суммируя все результаты, мы можем прийти к выводу, что у нашего руководителя авторитарный стиль руководства. По мнению сотрудников управление организацией полностью в его руках, он очень строг и требователен, решения принимает самостоятельно. Он не советуется в принятии решений, он не терпит критики, считает, что он всегда прав.

Отрицательные стороны существующего авторитарного стиля управления заключаются в следующем:

- руководителем принимаются все решения самостоятельно, не принимаются инициативы своих сотрудников;

- жесткий контроль за подчиненными;

- подчиненные боятся противоречить своему руководителю.

Директор тормозит работу коллектива, не дает ему свободно развиваться, также есть риск потерять лучших работников, не замечает таланты своих сотрудников, их креативные и инновационные решения в решении каких-либо задач, стоящих перед организацией. Руководитель рискует тем, что сотрудники данной организации в условиях такого руководства не смогут эффективно выполнять свои функции, или выполнять их некачественно [2].

Однако, данный стиль имеет и сильные стороны: позволяет стабилизировать ситуацию в конфликтных коллективах, может быть эффективным в кризисных ситуациях, а также в условиях низкого профессионального уровня и слабой трудовой мотивации сотрудников.

Поведение руководителя, его действия должны быть направлены на создание хороших положительных взаимоотношений среди подчиненных, а также налаживание доверия между собой и сотрудниками.

Так же хотелось бы пожелать руководителю немного демократичности в его управлении, советоваться с работниками, прислушиваться к их мнению, обсуждать вопросы, имеющие отношение к этим работникам и работе, которую они выполняют.

Для дальнейшего полноценного общения со своими подчиненными, руководителю при выдаче производственного задания необходимо учитывать следующие моменты:

- формулировать задание в виде просьбы и пожелания, основываясь на объективной необходимости его выполнения. Данная форма выдачи задания приемлема во взаимодействии с высококлассными специалистами, добросовестно относящимися к своей работе.

- чтобы отрицательная оценка действий подчиненного была эффективной, высказывания руководителя должны содержать четыре основных момента:

1. Фиксация общей положительной оценки сотрудника как работника и человека (например, можно сказать: «Несмотря на то, что я работаю здесь недавно, мне видно, что ты очень исполнительный и надежный работник»).

2. Формулирование критической оценки (предложение может выглядеть следующим образом: «Но сегодня, прочитав твой отчет, я вижу, что ты ошиблась...»);

3. Признание того, что сотрудник является хорошим профессионалом, несмотря на то, что он допустил ошибку (к примеру, может быть такая фраза: «Все ошибаются. Твои высокие деловые качества для меня вне всяких сомнений»);

4. Выстраивание позитивной перспективы на будущее (можно сказать: «Я уверен, что завтра ты сможете все исправить и впредь таких ошибок не допускать»)[4].

Таким образом, мы выяснили стиль управления у руководителя аппарата управления ООО «Газпром добыча Ямбург» филиала УТТиСТ. Данный стиль руководства - авторитарный, это было доказано результатами опроса подчиненных, а также в результате тестирования самого руководителя.

Литература

1. Пугачев, В.П. Руководство персоналом / В.П. Пугачев. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 416 с

2. Липсиц, И. В. Секреты умелого руководителя / И.В. Липсиц. – М.: Экономика, 2010. – 45с.

3. Гришина, Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – СПб.: Питер, 2011. – 250 с.

4. Травин, В.В. Памятка руководителю о стиле и методах руководства / В.В. Травин. – М.: Наука, 2011. – 48 с.

ИЗУЧЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ В МОДЕЛЯХ УПРАВЛЕНИЯ

Е.Ю. Петрушенко,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель: И.В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

В настоящее время стала актуальной проблема стереотипов, которые приписаны мужчинам и женщинам, находящихся на разных ступенях социальной лестницы. В современном мире происходят процессы демократизации и гуманизации, которые должны создавать равные возможности для реализации личности независимо от возраста, пола, социального положения либо национальности. Но в сознании людей до сих пор имеют место стереотипные представления о роли и месте в обществе мужчин и женщин. И данные стереотипы значительно влияют на людей при реализации своих возможностей.

В связи с этим на базе НИУ «БелГУ» было проведено исследование, в котором приняли участие студенты специальности управление персоналом в количестве 20 человек, из которых 10 девушек и 10 юношей.

У этих студентов мы изучили уровень андрогинности, коммуникативные и организаторские склонности с помощью 2 методик: «Методика измерения степени андрогинности С. Бем» (Тест 1), «Коммуникативные и организаторские склонности» (Тест 2).

Подсчитав результаты по 1 тесту, мы получили следующее: юноши - 4 являются андрогинами, у 3 выражена маскулинность и, наконец, 3 оставшиеся юноши обладают ярко выраженной фемининностью. Девушки – 3 являются андрогинами, у 4 выражена фемининность и 3 являются маскулинными.

Таким образом, степень андрогинности всех испытуемых в процентном выражении выглядит следующим образом:

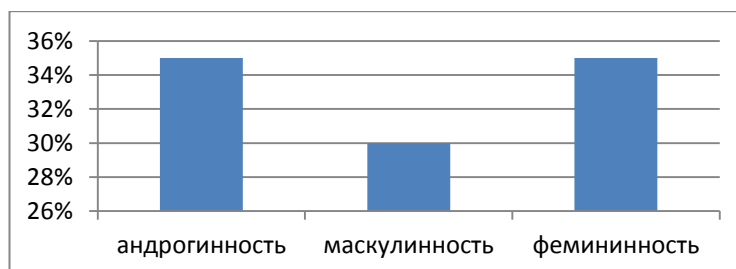


Диаграмма 1. Степень андрогинности

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что из 20 испытуемых 35% являются андрогинами. Андрогинность – это явление, при котором человек проявляет одновременно (необязательно в равной степени) и женские и мужские качества. У 20% выявлена степень маскулинности, т.е. мужественности, которая представляет собой комплекс аттитюдов, характеристик поведения, возможностей и ожиданий, детерминирующих социальную практику той или иной группы, объединенной по признаку пола. 35% фемининны, т.е. женственны. Женственность – этическая категория, означающая совокупность качеств, ожидаемых от женщины, таких как: эмоциональность, ранимость, кажущаяся беззащитность, хрупкость, что вызывает в мужчине желание оберегать и защищать.

По 2 тесту мы выявляли коммуникативные и организаторские склонности. По коммуникативным склонностям мы получили следующие результаты:

Юноши: с низким уровнем 3, уровень ниже среднего имеют 2, средний уровень у 2 и очень высокий имеют 3. Девушки: 1 с низким, 3 с ниже среднего, 4 со средним и с высоким 2.

В процентном выражении это выглядит так:

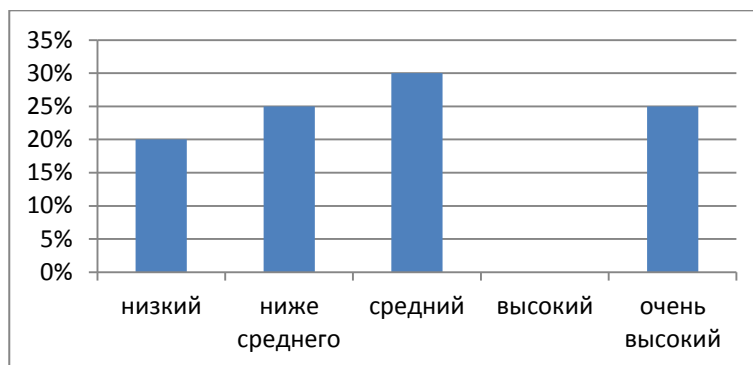


Диаграмма 2. Коммуникативные склонности

Следовательно, отсюда можно сделать вывод о том, что из всех испытуемых низкий уровень коммуникативных склонностей имеют 20%. 25% имеют уровень коммуникативности ниже среднего, т.е. эти люди не стремятся к общению, чувствуют себя скованно в новой компании, коллективе; предпочитают проводить время наедине с собой, ограничивают свои знакомства; испытывают трудности в установлении контактов с людьми и при выступлении перед аудиторией; плохо ориентируются в незнакомой ситуации; не отстаивают свои мнения, тяжело переживают обиды; проявления инициативы в общественной деятельности крайне снижено, во многих делах они предпочитают избегать принятия самостоятельных решений. Средним уровнем обладают 30% испытуемых. Это люди, которые стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомств, отстаивают своё мнение, планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчивостью. Очень высокий уровень имеют 25% испытуемых. Эти люди испытывают потребность в коммуникации и активно стремятся к ней, быстро ориентируются в трудных ситуациях, непринужденно ведут себя в новом коллективе, инициативны. Предпочитают в важном деле или в создавшейся сложной ситуации принимать самостоятельные решения, отстаивают своё мнение и добиваются, чтобы оно было принято товарищами, могут внести оживление в незнакомую компанию, любят организовывать разные игры, мероприятия. Настойчивы в деятельности, которая их привлекает. Они сами ищут такие дела, которые бы удовлетворяли их потребность в коммуникации и организаторской деятельности.

По организаторским склонностям мы получили такие данные:

Юноши: низкий уровень у 5, ниже среднего у 2, со средним уровнем 1, очень высокий у 2. Девушки: 3 с низким уровнем, 1 с уровнем ниже среднего, 1 со средним, у 4 девушек высокий и 1 с очень высоким уровнем.

В процентном выражении эти данные выглядят так:

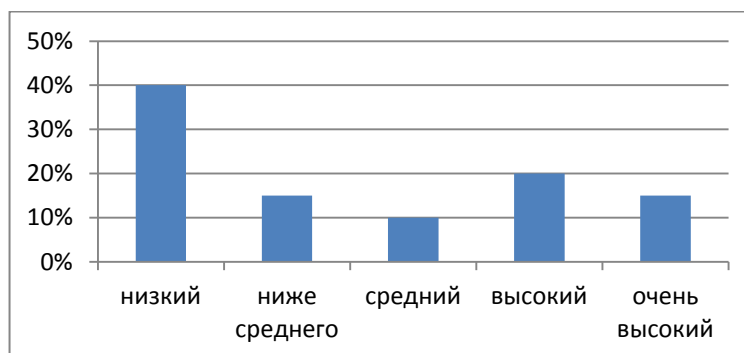


Диаграмма 3. Организаторские склонности

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что из 20 человек низкий уровень имеют 40%, 15% испытуемых имеют уровень организаторских склонностей ниже среднего, у 10% испытуемых средний уровень, 20% обладают высоким уровнем и очень высокий уровень имеют 15%.

Таким образом, можно сделать вывод, что у большинства испытуемых будущих менеджеров низкий уровень организаторских умений. В данной профессии, связанной с активным взаимодействием человека с другими людьми, в качестве стержневых выступают организаторские способности, без которых не может быть обеспечен успех в работе.

Практика показывает, что успеха чаще всего добиваются те люди, которые занимаются любимым делом. Заниматься развитием своих природных способностей для того, чтобы зарабатывать – это интересная перспектива для любого ценящего себя умного человека. В данном случае мы говорим о том, где и как применить организаторские способности [1].

Организаторскими способностями от природы наделены не все, но если присутствует такого рода талант, тогда перед вами раскрывается море возможностей, где можно их применить. Более конкретно такие способности можно применить в любых сферах бизнеса, где присутствует труд нескольких человек [2].

Для достижения высоких показателей в работе коллектива современный руководитель нуждается в эффективных организаторских способностях, которые объединяются в три типа:

1. Организационная проницательность, включающая:

- психологическую избирательность – умение уделять внимание тонкостям взаимоотношений, синхронность эмоциональных состояний руководителя и подчиненных, способность поставить себя на место другого;
- практическую направленность интеллекта, т. е. прагматическую ориентацию руководителя на использование данных о психологическом состоянии коллектива для решения практических задач;
- психологический такт – способность соблюдения чувства меры в своей психологической избирательности и прагматической ориентированности.

2. Эмоционально-волевая результативность – умение влиять, способность воздействовать на других людей волей и эмоциями. Она складывается из следующих факторов:

- энергичность, способность направлять деятельность своих подчиненных в соответствии со своими желаниями, заряжать их устремленностью, верой и оптимизмом в продвижении к цели;
- требовательность, способность добиваться решения своих задач при психологически грамотной постановке и реализации требований к подчиненным;
- способность критически оценивать свою деятельность, обнаружить и адекватно оценить отклонения от намеченной программы в деятельности работников.

3. Склонность к организаторской деятельности, т. е. готовность к организаторской деятельности, начиная с мотивационных факторов и заканчивая профессиональной подготовленностью [3].

Для совершенствования организаторских навыков мы предлагаем следующие рекомендации:

- Если Вы в меру организованный человек, то не останавливайтесь на достигнутом уровне, развивайте и дальше самоорганизацию. Пусть Вам не кажется, что Вы достигли предела. Самоорганизация, в отличие от природы, дает наибольший эффект тому, кто считает ее ресурсы неисчерпаемыми;
- Вы считаете организацию неотъемлемой частью работы. Это дает Вам несомненное преимущество перед теми людьми, которые призывают организацию «под ружье» в случае крайней необходимости. Но Вам следует внимательнее присмотреться к самоорганизации, улучшить ее;
- Ваш образ жизни, Ваше окружение научили Вас быть кое в чем организованным. Организованность то проявляется в Ваших действиях, то исчезает. Это признак отсутствия четкой системы самоорганизации. Существуют объективные организационные законы и принципы. Постарайтесь проанализировать свои действия, расход времени,

технику работы. Вы увидите то, о чем и не подозревали. Чтобы стать организованным человеком, нужно преодолеть себя, нужно иметь волю и упорство.

Таким образом, можно сказать о том, что на эффективность деятельности большое влияние оказывает установившийся в коллективе психологический климат, под которым понимают характер отношений между людьми, преобладающее в коллективе настроение, удовлетворенность работников выполняемой работой и т. д. Психологический климат коллектива во многом зависит от психологической совместимости работников. Психологическая совместимость – это способность членов группы к совместной деятельности, основанная на оптимальном сочетании их психологических свойств.

Литература

1. Авдулова, Т.П. Гендерные аспекты управленческой деятельности / Т.П. Авдулова. – М. : 2006. – 135 с.
2. Мельник, А.С. Карьера руководителя в современных российских условиях: гендерный аспект / А.С. Мельник. – Екатеринбург, 2004. – С. 22-25.
3. Хохлова, Т.П. Выявление гендерных аспектов менеджмента – фактор повышения эффективности управления / Т.П. Хохлова. – М.: 2001. – №2. – С. 45-50.

ЛИДЕРСТВО В МАЛЫХ ГРУППАХ

Е.Ю. Петрушенко,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель: Л.А. Третьякова
доктор экономических наук,
профессор кафедры управления персоналом,
НИУ «БелГУ»*

Проблема лидерства и руководства является одной из кардинальных проблем социальной психологии, ибо оба эти процесса не просто относятся к проблеме интеграции групповой деятельности, а психологически описывают субъекта этой интеграции. В более широком смысле можно сказать, что малая группа задается определенной потребностью общественного разделения труда и вообще функционирования общества.

В связи с этим было проведено исследование по выявлению склонностей к лидерству. Исследование проводилось на базе НИУ «БелГУ» на студентах специальности менеджеры по УП. В исследовании приняло участие 70 человек в возрасте 18-20 лет.

В ходе исследования применялась такая методика, как тест «Диагностика лидерских способностей» Е. Жариков, Е. Крушельницкий. Представленная методика позволяет оценить способность человека быть лидером. В данной методике определяется на сколько выражены качества лидера: слабо, средне, сильно или человек склонен к диктату.

Способность человека быть лидером во многом зависит от развитости организаторских и коммуникативных качеств. Какими характерологическими чертами личности должен обладать настоящий лидер?

Такими признаками, как отмечают Е. Жариков и Е. Крушельницкий, могут служить следующие проявления:

- Настойчив, умеет разумно рисковать.
- Терпелив, готов долго и хорошо выполнять однообразную, неинтересную работу.
- Инициативен и предпочитает работать без мелочной опеки. Независим.

- Психически устойчив и не дает увлечь себя нереальными предложениями.
- Хорошо приспосабливается к новым условиям и требованиям.
- Самокритичен, трезво оценивает не только свои успехи, но и неудачи.
- Требователен к себе и другим, умеет спросить отчет за порученную работу.
- Критичен, способен видеть в заманчивых предложениях слабые стороны.
- Надежен, держит слово, на него можно положиться.
- Восприимчив к новому, склонен решать нетрадиционные задачи оригинальными методами.
- Стрессоустойчив, не теряет самообладания и работоспособности в экстремальных ситуациях.
- Оптимистичен, относится к трудностям как к неизбежным и преодолимым помехам.
- Решителен, способен самостоятельно и своевременно принимать решения, в критических ситуациях брать ответственность на себя.
- Способен менять стиль поведения в зависимости от условий, может и потребовать и подбодрить.

При подсчёте результатов мы выявили, что: у 21 человека склонность к лидерству малая; 35 человек со средней склонностью к лидерству; с высокой склонностью 14 человек.

Таким образом, уровень склонности к лидерству в процентном выражении выглядит следующим образом:

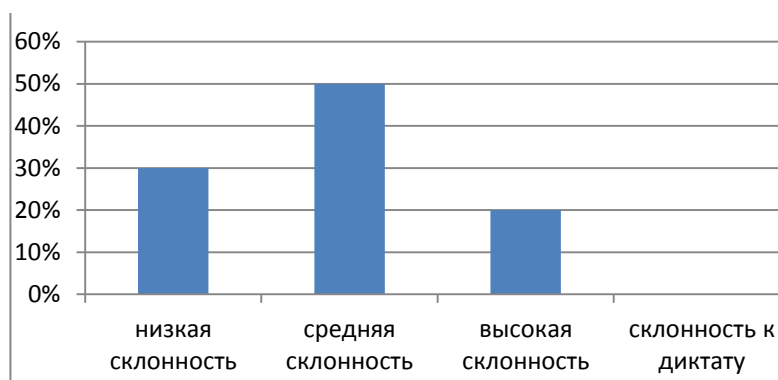


Диаграмма 1. Склонность к лидерству у студентов

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что у большего процента, а именно 50%, средняя склонность к лидерству. То есть мы можем сказать на основе этого, что эти студенты могут подавать какие – то идеи. В некоторых ситуациях они могут быть лидерами и вести всю команду за собой, но это те ситуации, когда эти ребята чувствуют себя уверенно и понимают, что справятся. 30% испытуемых с низкой склонностью лидерства. Они не пытаются быть лидерами в группе, то есть у них нет склонности быть во главе всех и вести за собой. Видимо эти студенты в сила отвечать только за себя и нет никакого желания брать на себя ответственность за других. Оставшиеся 20 % с высоким уровнем выраженности лидерских качеств. О чём это говорит? Это говорит о том, что эти студенты склонны быть лидерами, им нравится, когда их выслушивают и делают так, как они говорят. Но так как мы знаем, что в группе есть один формальный лидер – это староста, то эти студенты если и являются лидерами, то только неформальными. Например, в кругу своих друзей в группе.

Не все из нас склонны к лидерству, а те кто обладают этими, так сказать способностями, должны уметь ими управлять и совершенствовать. Результативный лидер сконцентрирован на достижении результатов. Формула проста: *Эффективный лидер = личные качества лидера × результаты.*

Из уравнения следует, что лидеры должны пытаться достичь совершенства по обоим направлениям: и продемонстрировать все атрибуты лидера, и добиваться результатов. Эти члены уравнения не суммируются – они умножаются друг на друга. Чего

не хватает большинству учебников и учений о лидерстве? Внимания к результату. Большинство их фокусируется на корпоративных способностях, таких как подвижность, целостность, ориентация на миссию, ориентация на ценности, или же на компетенциях лидерства, таких как формирование видения, личный характер, доверие, и прочие выдающиеся атрибуты, компетенции и способности. Все это прекрасно, но чего по серьезному всем этим учениям недостает, так это связи между этими важными атрибутами лидерства и результатами. В конечном итоге лидер оценивается не по личным качествам, а по результатам, которых он достигает. Как раз этим и занимается школа результативного лидерства. Она показывает, как эффективно преобразовать корпоративные способности и компетенции лидера в желаемые результаты [1].

Результативное лидерство имеет свои определённые имущества. Результативное лидерство помогает лидерам на всех уровнях добиваться поставленных целей, убирает преграды, созданные иерархией, и ограничения, связанные с формальной позицией лидера, высвобождая, таким образом, потенциал для роста производительности.

Результативные лидеры хорошо понимают свою аудиторию и потребности покупателей. Они постоянно задают себе вопрос: «Чего хотят покупатели?» – и отвечают на него, прежде чем принимать решение о том, как удовлетворять эти потребности [2].

Сотрудники добровольно следуют за результативными лидерами, которые знают как себя самих (свои атрибуты лидера), так и то, куда они идут (намеченные результаты). Такие лидеры вселяют в людей уверенность и внушают доверие своей прямоотой, целеустремленностью и последовательностью в действиях.

Результативное лидерство упрощает оценку работы. Без концентрации на результате оценить эффективность лидерства очень сложно. Измерение продуктивности лидера используется организациями в разных вариантах. Некоторые применения включают мониторинг индивидуального роста лидера, сравнение эффективности лидера в различных ролях, прояснение процедуры выбора лидеров и структурирование программ их развития.

Для эффективного проявления лидерства существуют всевозможные тренинги. Тренинги существуют для проработки определённых ситуаций и как результатом является нахождение правильных решений, нахождение компромиссов. Существуют такие тренинги как: «КОД эффективного лидерства», «вертикаль тренинг», «Тренинг личной эффективности Лидерство. Создание команды». Ну так как мы рассматривали лидерство в малых группах, то здесь уместен и будет самым эффективным последний тренинг «Тренинг личной эффективности Лидерство. Создание команды»[3].

Целью тренинга является повысить эффективность работы лидеров по созданию и развитию своих команд.

Основные способности, которые предложено развить и которые уже должны в некой степени присутствовать:

- субъектность (способность к отстаиванию собственной точки зрения, способность к риску, ориентация на достижение цели и получения результата, ответственность за решение проблем и пр.);
- командность (ориентация на взаимодействие и со-организацию ресурсов внутри топ-команды, лидерство (развитие и поддержка подчиненных) и пр.);
- гибкость (восприимчивость к новому, способность поддерживать изменения в деятельности и пр.);
- проективность (стратегическое мышление, технологии планирования, способность к генерации идей и пр.);
- коммуникативная мобильность;
- лидерство (лидерские навыки и технологии работы с командой).

Развивая, в процессе обучения навыки лидерства, предполагается рост мотивированности и зрелости участников. Поэтому ведение тренинга имеет целью преодоление пассивности участников и развитие их способности брать на себя ответственность [4].

Таким образом, можно сказать о том, что постановка целей и стремление к их достижению помогают развивать качества, необходимые для осуществления намеченного,

побуждают к действию. Для того чтобы достичь определенной цели, лидеру, как правило, приходится решать проблемы и принимать решения. И чем быстрее ему удастся это сделать, тем более продуктивным и производительным он может стать.

Для развития индивида как личности группа представляется незаменимой. Становление лидера и развитие группы это непрерывный и не разъединяемый процесс. Ведь сам по себе «лидер» – это статус человека в группе.

Литература

1. Кричевский, Е. Л. Динамика группового лидерства / Е. Л. Кричевский. – М.: 2008. – 73 с.
2. Донцов, А.И. Психология коллектива / А.И. Донцов. – М. : 2009. – 104 с.
3. Головаха, Е.И. Структура групповой деятельности. Социально-психологический анализ / Е.И. Головаха. – Киев: Наукова думка, 2007. – С. 94-113.
4. Фетискин, Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н.П. Фетискин. – М. : Изд-во института психотерапии, 2009. – 489 с.

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ ПУТЕМ ОРГАНИЗАЦИИ ВСТРЕЧ СТУДЕНТОВ С ПРИГЛАШЕННЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ

В.В. Пишкало,

*студентка кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель **Ж.Н. Авилова,**
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента организации НИУ «БелГУ»*

Качество высшего образования в наши дни зависит от многих факторов. Причем эти факторы варьируются в зависимости от субъекта, рассматривающего данный вопрос. Для абитуриентов, студентов это может быть содержание учебных дисциплин, изучаемых в течение учебного времени, обеспеченность необходимыми ресурсами, полезность полученных знаний, умений и навыков при устройстве на работу; для родителей – гарантии трудоустройства, сохранение определенных ценностей; для местного сообщества – положение ВУЗов в международных, российских и других рейтингах, число хорошо образованных и подготовленных студентов, обеспеченных работой; для страны в целом качество образования может быть выражено в сохранении или переосмыслении национальной истории, сохранении или повышении уровня конкурентоспособности в глобальной экономике [1].

К наиболее общим положениям, оказывающим влияние на качество образования, относятся :

- профессионализм профессорско-преподавательского состава;
- обеспеченность ВУЗов необходимыми базами ресурсов (материальная, техническая, информационная и т.д.);
- персональный подход к студентам и учет их индивидуальных особенностей;
- сбалансированная программа обучения;
- практикоориентированность образования.

В настоящее время слабая ориентация образования на практику является проблемой многих ВУЗов страны. Теоретическая база, предоставляемая студентам для изучения, зачастую несовершенна, так как не учитывает накопленный опыт, изменяющиеся условия внешней среды, динамику их развития [2]. Состояние экономических, политических и иных процессов неуловимо меняется, и своевременное

обновление теоретической базы в виде учебников, пособий, научных сборников часто просто невозможно из-за своей трудоемкости и затратности.

Повышение практикоориентированности возможно путем отведения на практические занятия большего количества часов и ориентацией таких занятий на современные достижения в изучаемой области. При составлении учебных программ рассчитывается такой показатель, как коэффициент практикоориентированности [3]. В отличие от практики на рабочем месте, которая описывается в рамках самостоятельной работы обучающихся, эта практика включает виды работ, выполняемых под руководством преподавателя в модельных условиях или в рамках стажировки.

При определении коэффициента практикоориентированности программы принимаются во внимание только аудиторские часы (учебная нагрузка под руководством преподавателя). Коэффициент практикоориентированности рассчитывается как отношение учебного времени, отведенного на практические и лабораторные занятия, а также на виды работ в рамках практики под руководством преподавателя, к общему объему аудиторской нагрузки [4].

Однако здесь возможны такие нюансы, как неполнота информации о современной ситуации, несовершенство путей и способов передачи данных и знаний (например, отсутствие наглядности, невозможность предоставления раздаточного материала, что уменьшает усвоение получаемой информации и т. д.), низкая заинтересованность самих студентов, консервативные подходы преподавателей относительно формы проведения практических занятий и другое.

Решение данной проблемы можно найти в непосредственной передаче опыта от профессионалов студентам, знакомство с профессией «из первых рук». Подразумевается, что в ВУЗе будут организованы встречи или собрания, на которых приглашенные или сами изъявившие желание представители организаций будут проводить импровизированные семинары, обсуждения актуальных вопросов со студентами, преподавателями и всеми желающими принять участие в дискуссиях.

Темы и вопросы для обсуждения могут быть предложены

- преподавателями, согласно учебному плану или определенным дисциплинам, с которыми может быть связана деятельность организации;
- студентами;
- привлеченными специалистами из организаций.

Форма проведения мероприятий подобного рода может быть различна. Это могут быть лекции по определенной тематике, рассказ об определенной реальной ситуации и путях ее решения, обсуждения в стиле «вопрос-ответ», либо ответы специалиста на предоставленный ему заранее список интересующих аудиторию вопросов, который, в свою очередь, составляется путем сбора предложений от потенциальных участников собрания.

Естественно, становится вопрос того, какую выгоду будут получать от данных мероприятий сами организации, ведь время их сотрудников не дешевый товар, а на участие в семинарах, основанном на «голой» инициативе, рассчитывать приходится мало. Могут быть предложены такие варианты, как:

- 1) взимание символической платы с участников данных мероприятий (за каждый семинар в отдельности или, например, за определенное количество занятий в месяц);
- 2) заключение договоров с организациями о долгосрочном сотрудничестве.

Второй вариант может включать в себя:

- договора, в которых предполагается оплата занятий университетом;
- договора об оказании университетом консультационных услуг организациям, предоставляющим своих сотрудников для проведения вышеописанных мероприятий;
- договора о взаимовыгодном сотрудничестве, которое предполагает привлечение студентов, отобранных организацией, к работе в этой же организации на безвозмездной основе.

Такое взаимовыгодное сотрудничество позволит не только достичь основную цель – передача опыта от профессионалов студентам, получение ими информации максимально приближенной к их будущей деятельности, что позволит в дальнейшем

быстрее и эффективнее сориентироваться при поступлении на работу, при начале собственной карьеры. Но также такие договоры смогут решить актуальную проблему прохождения студентами учебной и производственной практик в организациях [5]. Не секрет, что довольно сложно найти место прохождения, где действительно студенту будет уделено внимание, будет назначен руководитель, предоставивший бы необходимую и полезную информацию и обучивший бы его необходимым навыкам. Это играет большую роль, так как именно прохождение практики является единственным источником какой-либо практической информации. Только соприкасаясь непосредственно с реальными ситуациями, возникающими вопросами и управленческими решениями студент получает важнейший опыт в своем обучении. То есть практикоориентированность во многом зависит и от этого элемента учебной программы.

В целом это окажет сильное воздействие на заинтересованность студентов в получении информации подобного рода. Изложение в доступной свободной форме уникального опыта специалистов, практически «осязаемость» профессии, общение с профессионалами, приобщение к будущей деятельности, все это позволит учащимся оптимально влиться во «взрослую жизнь», быстрее вникнуть в суть будущей работы и качественное ее выполнение.

Таким образом, практикоориентированность можно повысить предлагаемым методом. Важно, что заключение договоров будет иметь как прямое влияние (проведение семинаров с приглашенными специалистами), так и косвенное (решение проблемы организации прохождения студентами учебной, производственной практик, благодаря принимаемым обеими сторонами обязательствам).

Взаимодействие организаций с ВУЗами дает первым возможность использовать университет как базу для отбора подходящего необходимого персонала, а вторым – возможность трудоустройства выпускников, что в свою очередь позволит повысить положение университета в рейтингах по соответствующему критерию.

Таким образом, если рассматривать эффективность от реализации предложенных мер по повышению практикоориентированности с глобальной точки зрения, то получаем улучшение таких показателей как: снижение безработицы, благодаря более оперативному трудоустройству; повышение престижа отечественного образования, благодаря занимаемым высоким позициям университетов страны в международных рейтингах; улучшение качества образования в целом; повышение конкурентоспособности государства за счет того, что хорошо подготовленные специалисты будут оставаться в стране и способствовать развитию собственной экономики. К локальным проявлениям полезного эффекта можно отнести рост заинтересованности студентов в получении информации, проявление активной позиции по отношению, как к образовательному процессу, так и к будущей профессии, а также гарантии трудоустройства по окончании университета.

Литература

1. Поташник, М.М. Качество образования: проблемы и технология управления (в вопросах и ответах) / М.М. Поташник; под ред. М.М. Поташника; рец.: В.И. Загвязинский, Е.А. Ямбург. – М.: Педагогическое общество России, 2002. – 352 с.
2. Байденко, В.И. Стандарты в непрерывном образовании: современное состояние: Труды Исследовательского центра / В.И. Байденко. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 1998. – 249 с.
3. Пузанков, Д.В. Проблема оценивания результатов обучения при компетентностном задании требований к выпускнику ВУЗа / Д.В. Пузанков. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. – 298 с.
4. Вальдман, И.А. Ключевые аспекты качества образования: уроки международного опыта / И.А. Вальдман. – М.: Московский центр качества образования, 2009. – 64 с.
5. Ковалева, Т.М. Открытость образования как принцип построения современных образовательных технологий / Т. М. Ковалева. – М.: Шк. самоопределения, 2006. – 143 с.

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ

Д. А. Попов,
студент кафедры менеджмент организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс

Научный руководитель **Ж. Н. Авилова,**
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмент организации НИУ «БелГУ»

Уровень безработицы в целом по стране и по регионам в частности является одним из ключевых показателей уровня экономического развития. Он отражает насколько население региона, в том числе и сельские жители заняты экономической деятельностью. Проблема безработицы в Российской Федерации до сих пор остается одной из болезненных. Наша страна обречена не иметь проблем с безработицей в ближайшие 15-20 лет, считает член бюро правления Российского союза промышленников и предпринимателей Анатолий Карачинский [1].

На сегодняшний день уровень безработицы (по методологии Международной организации труда, МОТ) в России в декабре 2012 г. – феврале 2013 г. составил 5,6%, сообщает Росстат [2]. Неплохой показатель, однако, если взять во внимание тот факт, что в больших городах с их огромной инфраструктурой рабочих мест огромное количество, но в селе такого «разнообразия» нет. Если проанализировать ситуацию в Белгородской области, то мы увидим, что более 30 процентов безработных это лица, проживающие в сельской местности (табл. 1). Следовательно, решая эту проблему на местном уровне, можно будет достичь снижение этого показателя по всей стране. Что в свою очередь улучшит благосостояние региона и увеличит валовой региональный продукт. Для любого региона России это еще решит проблему оттока сельского населения и опустения деревни.

Таблица 1

Численность безработных в Белгородской области[3]

	2007	2008	2009	2010	2011
Общая численность безработных ¹⁾ , тысяч человек	30,6	31,0	38,1	40,8	34,0
из них:					
студенты, учащиеся, пенсионеры	3,8	4,6	3,9	1,7	1,0
женщины	15,6	16,2	11,8	17,6	14,5
лица, проживающие в сельской местности	15,0	13,4	7,9	10,7	10,6
в процентах	100	100	100	100	100
из них:					
студенты, учащиеся, пенсионеры	12,5	14,8	10,2	4,2	2,9
женщины	50,9	52,4	31,0	43,1	42,6
лица, проживающие в сельской местности	49,1	43,2	20,7	26,2	31,2
Численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости ²⁾ , на конец отчетного периода, тысяч человек	8,2	10,2	14,0	11,3	10,2
из них:					
женщины	6,3	6,8	8,1	6,9	6,5
лица, проживающие в сельской местности	2,9	3,3	4,1	4,1	3,7
в процентах	100	100	100	100	100
из них:					
женщины	76,7	66,5	57,9	61,1	63,5
лица, проживающие в сельской местности	35,7	31,9	29,3	36,3	36,7
Отношение численности безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости, к общей численности безработных, процентов	26,9	33,0	36,7	27,7	29,9

¹⁾ По данным выборочного обследования населения по проблемам занятости

²⁾ По данным управления по труду и занятости населения Белгородской области

Если к вышесказанному добавить еще и то, что на селе, в основном, либо тяжелый физический труд, либо оказание банальных услуги во всем этом «многообразии» рабочих

мест нет ни перспективы, ни нормального заработка. То ситуация очень негативная, можно сказать катастрофическая. Она требует немедленного поиска решения, если мы не хотим получить в место нормально развивающегося села руины и пустошь.

Думается, решение заложено в самом селе, а именно в местных органах власти. Ведь муниципальные органы власти теоретически в состоянии создавать унитарное малое и среднее инновационное предприятие, путем привлечения квалифицированных специалистов, молодых и амбициозных выпускников вузов, да и сами ВУЗы. Нужно только создать необходимую правовую основу на законодательном уровне.

После создания данного предприятия должен следовать процесс развития и становления его на ноги. После чего выставить данное предприятие на аукцион, чтобы его выкупило частное лицо и продолжило его хозяйственную деятельность. В результате чего и населению хорошо и местные органы власти не в обиде, да и новый хозяин получит развитое инновационное предприятие с подготовленными кадрами.

Также, следует перед созданием такого предприятия тщательно провести анализ потенциала данного села. При этом результативность использования потенциалов региона позволила бы выявить приоритетные конкурентоспособные секторы экономики и перспективные зоны экономического роста.

Исследование и анализ различных условий конкурентоспособности данной сельской местности выявили бы основные факторы, влияющие на ее уровень, а на их основе можно сформулировать критерии оценки экономического потенциала территории, показать, что конкурентное преимущество экономики региона создается и удерживается в тесной связи с качеством жизни населения.

Таким образом, будут создаваться рабочие места, уменьшаться безработица, расти приток населения в село. Такие сельские поселения станут привлекательными и образцом для подражания.

Литература

1. Российская газета. Экономика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2013/02/07/trud.html> (дата обращения: 19.09.2013).
2. Росстат: уровень безработицы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/25416> (дата обращения: 19.09.2013).
3. Численность безработных в Белгородской области [Электронный ресурс]. URL: http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/ (дата обращения: 19.09.2013).

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ТИМБИЛДИНГА

А.А. Скотарев,

*студент кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»*

4 курс

Научный руководитель Л.А. Третьякова,

доктор экономических наук,

профессор кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Всем известно давно, что сплоченный и дружный коллектив составляет основу компании. Если команда профессионалов по-настоящему дружна и сплочена – она сможет сделать намного больше, чем несколько отдельно взятых специалистов.

Что такое тимбилдинг? Это социально-психологический тренинг, направленный на упрочение дружеских связей и связей взаимопомощи и взаимодействия в группе совместно работающих людей. Тимбилдинг является основным методом развития навыков командной работы. Он очень важен, поскольку успех и процветание фирмы обеспечивается за счет скоординированных усилий сплоченного коллектива единомышленников.

Большинство ученых склонно считать родоначальником концепции тимбилдинга американского профессора, психолога и социолога Элтона Мэйо который был автором и основателем Хоторнских экспериментов в 1927 – 1932 гг. Элтон Мэйо, изучая влияние различных факторов (условий и организации труда, заработной платы, межличностных отношений, стиля руководства и др.) на повышение производительности труда на промышленном предприятии Western Electric Hawthorne Works в Чикаго, доказал особую роль человеческого и группового фактора.

Тимбилдинг может стать эффективным управленческим механизмом, только при грамотном его использовании. Любой менеджер знает, что для благополучного существования организации необходима сплоченная команда, которая приведет компанию к успеху, будет способствовать ее развитию и совершенствованию [1].

Команда - это единое целое, которое должно работать, как слаженный механизм.

Управленческая команда - группа людей, члены которой образуют верхушку управленческой пирамиды компании.

Процессы командообразования в организациях очень сложны и с трудом поддаются изучению и целенаправленному управлению. Чтобы понять, как формируется и действует команда, определить ее преимущества и недостатки, необходимо обратиться к концепциям и методам психологии, теории мотивации и групповой динамики.

Вопросами данного исследования занимались многие зарубежные и отечественные авторы: Э. Мэйо, М. Мескон, К.Левин, А. Калабин, А.И. Пригожин, Т.Ю. Базаров, Ю.П.Платонов и многие другие.

Т. Ю. Базаров в своей книге «Управление персоналом» выделяет следующие социально-психологические факторы создания успешной команды: принятые и разделенные всеми участниками нормы команды, способы распределения власти, сплоченность и связанность членов команды, характерные способы организации и протекания командного взаимодействия (командных процессов - координации, коммуникации, деятельности по разрешению конфликтов и принятию решений, налаживанию внешних связей), организации ролевого распределения. А также особенности личного стиля взаимодействия ее руководителя или лидера с другими членами команды [2].

Рассматривая вопросы эффективного управления рабочими группами, М.Х. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоурн выделяют следующие важные факторы, влияющие на работу группы: состав группы, понимаемый как "степень сходства личностей и точек зрения, подходов, которые они проявляют при решении проблем"; групповые нормы; сплоченность группы; групповое единomyслие; конфликтность; статус членов группы; роли членов группы [3].

Американский психолог и социолог Курт Левин выделил четыре принципа создания команды:

- 1.Определение цели команды
- 2.Вовлеченность в командную работу
- 3.Принятие различий друг друга и доверие
- 4.Эффективное командное взаимодействие

Команда – это группа людей, которые объединены общей целью и участвуют в совместной работе для ее достижения. Для того, чтобы группа людей стала командой, необходимы единая цель, вовлеченность в интересы команды, понимание ценности различий членов команды и принятая культура взаимодействия. Отсутствие любого из этих параметров делает команду неэффективной, а то и нежизнеспособной [4].

Для образования новой команды необходим тимбилдинг. Ведь его задачами являются: знакомство сотрудников между собой, создание условий для неформального общения, знакомство. А также:

- повышение эффективности командной работы
- повышение уровня взаимодействия между сотрудниками
- сплочение коллектива
- оценка роли каждого «игрока» в команде
- выявление лидеров, аутсайдеров
- расширение навыков решения нестандартных ситуаций
- повышение мотивации на достижение коллективных целей
- снятие стресса, усталости
- возможность для сотрудников почувствовать себя в новой роли
- моделирование бизнес-процессов
- повышение эффективности бизнес-коммуникаций [3].

Изучая концепции командообразования, мы обратили внимание, что в любой команде присутствует лидер. Именно он ведет за собой команду, устанавливает цели и способы их достижения. Он является не формальным руководителем и в тоже время другом, которого все готовы выслушать и сделать так, как он скажет. В тоже время сам лидер прислушивается к мнению своей группы и вместе с ними разрабатывает стратегии реализации целей команды и компании.

Лидером становится тот человек, кто способен привести группу к разрешению тех или иных ситуаций, проблем, задач, разработке и принятия управленческих решений. Лидер с организаторскими способностями в состоянии быстро и правильно оценивать ситуацию, прогнозировать и планировать действия на будущее, и в этом ему помогает его команда.

В заключение хотелось бы отметить, что тимбилдинг это неотъемлемая часть командообразования в организации. В свою очередь, командообразование очень важный элемент менеджмента, который играет большую роль в развитии и конкурентоспособности компании. Итак, повышение эффективности управленческого труда зависит от умения менеджера создавать коллективный продукт труда. К сожалению не каждый руководитель, способен создать эффективную команду, ведь он должен обладать определенными компетенциями. Мы выделили некоторые из них: построение команды; лидерство; распределение задач и обязанностей между участниками команды; согласование с участниками команды целей и планов работы; обмен обратной связью; управление эффективностью командной работы; построение и развитие личных сетей; развитие организационной культуры; содействие появлению инноваций в команды; информирование и содействие обмену знаниями; управление конфликтами внутри команды; вовлечение участников команды в обучение и развитие. И это только малая доля того, что должен уметь руководитель для создания хорошей команды. Данный вопрос актуален и по сей день, так как он ещё не до конца изучен. Основа работоспособности компании - сильная, единая команда. Как гласит японская пословица одну стрелу легко сломать, но не десять в одной связке.

Литература

1. Исхакова, М. Г. Тимбилдинг: раскрытие ресурсов организации и личности / М. Г. Исхакова. – СПб.: Речь, 2010. – 256 с.
2. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Уремена – М.: ЮНИТИ, 2007. – 630с.
3. Мескон, М. Основы менеджмента / М.Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури. – М.: ГАУ, 2009. – 692с.
4. Кибанов, А.Я. Организация управления персоналом на предприятии / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров. – М.: ГАУ, 2010. – 254 с.

ИМИДЖМЕЙКИНГ: СОЗДАНИЕ «НУЖНОГО» ОБРАЗА

Н.С. Степкина,
*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель И. В. Шавырина,
*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Современный мир характеризуется, с одной стороны, ростом массива разнообразной информации во всех сферах жизнедеятельности человека, а, с другой, появлением новых технологий ее обработки. Имиджмейкинг как формирование «целевого» образа представляет собой креативную информационно-коммуникативную технологию современности.

Нередко термины «имидж» и «паблисити» используются как синонимы. Паблисити формируется основной деятельностью организации, отзывами клиентов и партнеров, а также средствами PR.

Однако, паблисити – это в большей степени известность внешняя, для широкой публики, формируемая с широким использованием СМИ. А имидж может иметь меньшую аудиторию известности и в меньшей степени опираться на СМИ.

Термин «имидж» в российском лексиконе начал активно использоваться примерно с середины 90-х годов; вначале в основном в политологической области в контексте «имидж политика».

Сегодня термин «имидж» используется не только применимо к политикам, не только применимо к человеку вообще, но и к иным объектам («имидж организации», «имидж данного продукта») и явлениям («имидж образовательной системы в России» и т.д.).

Имиджмейкинг – направление PR, которое ставит своей задачей создание благоприятного образа (имиджа) личности или организации [1]. Термином «имиджмейкинг» обозначается совокупность технологий и техник, элементов и операций, предназначенных для реализации задачи по формированию имиджа объекта (человека, предмета, явления).

Сфера применения имиджмейкинга в PR очень широка. Это может быть пиар человека – продвижение его имени, создание того образа, который понравится людям, и который заставит их отдать за него голоса на выборах, например. Или пиар какого-либо продукта, причем не просто пиар, а создание определенного образа. Суть в том, что отношение к компании, бренду, продукту или просто человеку, можно контролировать.

Любой имиджмейкер знает, что хорошего или плохого имиджа не существует – существует имидж соответствующий или не соответствующий. В первом случае имидж позволяет компании расти и увеличивать доходы, во втором случае он вносит разноречивое восприятие и действие его трудно предугадать. Не менее он оправдан и в том случае, когда дело касается создания имиджа не товара, а человека. Деловые люди уже давно поняли, что легче искусственно создать себе образ в бизнесе, чем надеяться, что тебя примут и полюбят таким, «какой ты есть».

Имиджирование – это один из элементов системы имиджмейкинга, представляющий собой процесс создания в психике других людей (членов аудитории имиджа), во-первых, образа прототипа имиджа, во-вторых, оценки этого образа – мнения об этом объекте с последующей аттракцией – психологическим притяжением людей к прототипу, что и будет являться конечной целью формирования имиджа.

Условно объекты формирования имиджа можно разделить на 3 категории [2]:

1. Объекты, рейтинг которых зависит исключительно от созданного ими или для них имиджа. К этой категории можно отнести отдельные личности (политики, телеведущие, лидеры общественных и религиозных движений), социальные группы (военные, студенты, пенсионеры и т.п.), партии, радио-, телекомпании и отдельные передачи, общественные движения («Гринпис», феминизм, и т.д.). Перечисленные объекты – в основном некоммерческие организации. Они не продают товары или услуги, их положение определяется отношением к ним общественности. Целью этих объектов можно назвать возможность влияния на настроения в обществе.

2. Объекты, рейтинг которых в равной степени зависит как от имиджа, так и от качества произведенных ими товаров или услуг. Это, в первую очередь, крупные национальные и транснациональные корпорации (фирма «Sony», «Toyota», «Philips» и т.д.). К этой же категории можно отнести и более мелкие фирмы, если их успех на рынке зависит не только от того, что они продают, но и от того, как они это делают. Целью этих объектов является увеличение объемов продаж при одновременном создании положительного имиджа и улучшении качества продукции.

3. Объекты, для которых колебания имиджа не являются решающим фактором их преуспеяния. В основном это мелкие торговые организации. Их успех на рынке зависит в большей степени от качества предлагаемой продукции. Численность объектов данной категории значительно уменьшается с развитием культуры рынка.

На формирование позитивного имиджа влияют следующие факторы:

- финансовое положение организации;
- история организации, фирмы, её традиция и репутация;
- личность руководителя;
- паблисити – рекламная известность;
- забота о персонале;
- социальная ответственность перед обществом;
- управление организацией;
- фирменный стиль;
- этичность деятельности и отношений[3].

Имидж организации можно определить как сформировавшийся, действенный, эмоционально окрашенный образ организации или отдельных её составляющих, наделённых определёнными характеристиками, основанными на реальных или приписываемых свойствах конкретной организации, обладающих социальной значимостью для воспринимающего.

Залогом эффективности функционирования любой организации в контексте рассматриваемой проблемы, является совпадение внешнего имиджа с ее внутренним содержанием.

Литература

1. Блэк, С. Паблик Рилейшнз. Что такое? / С. Блэк. – М. : Сирин, 2003. – 240 с.
2. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю. Панасюк. – М. : Омега – Л, 2007. – 266 с.
3. Дороти, Д. Паблисити и паблик рилейшнз / Д. Дороти. – М. : «Филинь», 2007. – 354 с.

PUBLIC RELATIONS КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО БРЕНДИНГА

Н.С. Степкина,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель А.А. Подвигайло,

кандидат исторических наук,

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Актуальность проблемы брендинга в современных рыночных условиях обусловлена тем, что сегодняшнюю ситуацию на любом рынке можно представить как «эпоху брендов». Бренды распространяются во все сферы бизнеса и отнюдь не как дань моде, а в основном – как осознанная необходимость. Брендинг стал важнейшим условием присутствия на рынке для основной массы всех товаров и услуг массового потребления.

Брендинг (branding) обычно определяют как процесс создания бренда и управления им. Бренд – это некое положительное впечатление о товаре в умах потребителей, ярлык, маркерный знак, который вызывает у покупателей ассоциации с определенным товаром, услугой, компанией. Бренд – это продукт деятельности людей, бренд – это раскрученный товарный знак, его имидж, возникающий в результате различных маркетинговых усилий по продвижению товара на рынок. Брендинг – это процесс формирования имиджа бренда в течение длительного периода с помощью образования добавочной ценности, эмоционального либо рационального «обещания» торговой марки либо не марочного продукта, делающего его более привлекательным для конечного потребителя. Он может включать в себя создание, усиление, позиционирование, обновление и изменение стадии развития бренда.

Брендинг – это высший пилотаж маркетинга, рекламы, PR. Многие специалисты в сфере PR и маркетинга, дают следующее определение брендинга, которое раскрывает предшествующее наше сравнение: «Брендинг – деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя упаковки, товарного знака, рекламных сообщений и других элементов рекламы, объединенных определенной идеей и однотипным оформлением, выделяющих товар среди конкурентов и создающих его образ» [1].

В настоящее время, по мнению западных специалистов, конкуренция товаров переросла в конкуренцию брендов. Главная цель брендинга – создание собственной индивидуальности торговой марки и компании.

В маркетинге стратегия продвижения бренда с помощью PR называется системой RACE (Research – исследование, Action – действие, Communication – общение, Evaluation – оценка).

В практике брендинга PR сейчас используется повсеместно, ведь он является ключевым инструментом маркетинга в продвижении бренда на рынки. PR-агентства используются компаниями наравне с рекламными агентствами как одна из основных и эффективных частей маркетинговой команды. Это накладывает на PR-агентства ещё большую ответственность: подход к PR-программе бренда должен быть грамотным и профессиональным, ведь даже незначительный промах в PR-компании быстро вызывает резонанс в потребительской среде, а испортить репутацию намного проще, чем улучшить [2].

Создание бренда (брендинг) на Западе занимает не менее двух лет и требует затрат от 5 млн. долларов США и выше. Развитие бренда в России занимает аналогичное время, не считая времени на разработку программы. Вместе с тем сумма затрат будет меньше, чем за рубежом, по оценкам российских экспертов, на продвижение бренда нужно будет затратить – от 3 до 3,5 млн. долларов США.

В 2010 г. международное агентство Interbrand опубликовало список 40 самых дорогих брендов России, а также отразило изменения по сравнению с 2008 г. Методика оценки стоимости бренда данного агентства базируется на доходах компаний и на оценке роли

бренда в этих доходах, также важным моментом является уровень прозрачности компании. В список попали компании, чей бизнес основан на рознице, хотя из-за особенностей России появились и исключения, например «Лукойл» и «Роснефть» на четвертом и девятом местах соответственно. «Газпром», несмотря на известность бренда, занимает 30 место. Оценка стоимости бренда Сбербанка в \$591 млн, при том что последний существует с 1841 года., и оценка бренда ВТБ в \$104 млн внушают сомнения, так как очевидно, что уровень доверия к госбанкам на порядок выше, особенно сейчас, в кризисный период. Если убрать вывеску «Сбербанк» и заменить ее на любое другое название, здание останется пустым, а вот если на новом месте повесить вывеску «Сбербанк», то придется познакомиться с традиционным для России понятием очереди. Очень убедительно выглядят «МТС», «Билайн», и «Балтика», занимающие первое, второе и третье места соответственно. Стоимость бренда «МТС» составляет \$7,8 млрд., «Билайна» – \$6,3 млрд., «Балтики» – \$2,3 млрд. Но им далеко до первого в мире по стоимости бренда Coca-Cola. В 2012 году стоимость данного бренда составила (\$77,8 млрд). Компания Coca-Cola в 12-й раз подряд заняла первое место в рейтинге самых дорогих брендов мира, составляемом агентством Interbrand. Для сравнения, Pepsi, идущую на 22-м месте, оценили всего в 16,6 миллиарда долларов, в 4,7 раза дешевле, чем Coca-Cola.

На втором месте, по данным Interbrand, оказалась Apple. За год стоимость бренда компании выросла более чем в два раза до \$76,6 млрд. Тройку замыкает IBM (\$75,5 млрд.), а в пятерку входят также Google (\$69,7 млрд.) и Microsoft (\$57,9 млрд.). В десятке, помимо указанных компаний, оказались General Electric, McDonald's, Intel, Samsung и Toyota.

Все эти компании уделяют огромное внимание бренду и поэтому постоянно тратят огромные деньги на рекламу, PR. К примеру, в России на душу населения приходится порядка 27 долларов, затрачиваемых на рекламу, в США данный показатель равен приблизительно 500 долларам.

Процесс формирования и продвижения брендов – брендинг – часто связывается исключительно с рекламой. Когда речь заходит о маркетинговой программе, то первая идея многих менеджеров – это мысль о рекламе: где ее размещать и сколько денег надо на это выделить. Решение о запуске нового бренда принимается в зависимости от стоимости рекламной кампании.

Подобный подход не только принципиально неверен: его реализация чаще всего приводит к непомерным и непродуктивным тратам средств. Выдающиеся специалисты в области рекламы полагают, что это глубокое и опасное заблуждение приводит к тому, что большинство компаний тратит на рекламу слишком много средств на этапе создания бренда, когда деньги надо вкладывать в PR, и слишком мало, когда бренд уже сложился и нуждается в рекламной поддержке.

Дело в том, что посредством рекламы невозможно создать бренд. Эта задача решается другими методами и преимущественно – методами PR. Реклама призвана, лишь, обеспечивать и поддерживать уже созданный бренд, напоминать о нем, но ведь никто из потребителей не станет обращать внимание на рекламу нового неизвестного бренда [3].

Брендинг – это искусство. Для того чтобы создать качественный бренд требуется, кроме времени, усилий, и капитала, талант. Ведь бренды неподвластны времени, многие из них пережили свои товары, и теперь позиционируются по-другому. Но сами бренды сохранились и продолжают существовать и приносить пользу компаниям, которые ими владеют. Важно не столько, запустить бренд, провести рекламную акцию, разработать программу сбыта и позиционирования, сколько заставить людей поверить, что это то, что действительно заслуживает доверия, это то, что действительно им нужно, а для этого необходим PR

Использование PR в брендинге – это мощнейший инструмент, позволяющий управлять репутацией бренда и общественным мнением, способствующий продвижению бренда и укреплению его позиций на рынке.

Литература

1. Душкина, М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология / М.Р. Душкина. – СПб. : Питер, 2010. – 560 с.
2. Беленкова, А.А. PRостой пиар / А.А. Беленкова. – М. : НТ Пресс, 2006. – 256 с.
3. Официальный сайт бренд-консалтингового агентства «Interbrand» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interbrand.com/ru/> (дата обращения: 18.10. 2013).
4. Тульчинский, Г.Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд / Г.Л. Тульчинский, В.И. Терентьева. – М. : Вершина, 2006. – 352 с.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА

Н.С. Степкина,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель Л.А. Третьякова,
доктор экономических наук,
профессор кафедры управления персоналом,
НИУ «БелГУ»*

Изучение и систематизация современных методов оценки персонала актуальны, так как стратегической задачей менеджера по персоналу является формирование конкурентоспособного кадрового состава организации, что обуславливает эффективность производства. Рано или поздно перед менеджером по персоналу встает задача проведения оценки персонала. Выбирая методы проведения оценки, важно не упускать из виду ее цели, а именно: оценка эффективности труда работников, их вклада и соответствия их занимаемым должностям, а также выявление перспективных сотрудников для их подготовки и продвижения.

Оценка персонала – система, которая позволяет измерить результаты работы и уровень профессиональной компетентности сотрудников, а также их потенциал в разрезе стратегических задач компании.

Оценка персонала – это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места.

В ходе оценки работодатель сравнивает сотрудника, занимающего ту или иную должность, со специалистом, который идеально подходил бы для данной должности.

В России традиционным способом оценки считается аттестация. Современные методы оценки в России появились недавно, с приходом на российский рынок западных компаний. Число компаний, применяющих Performance management, Management by objectives, Ассесмент-Центр, «360 градусов» растет, но не очень быстро. В основном препятствием является российский менталитет непреемственности западных технологий, недоверия к ним, а также тяга к стабильности и консервативности.

Аттестация. Порядок проведения аттестации излагается в официально утвержденных документах. При их отсутствии организация должна иметь утвержденное в установленном порядке «Положение об аттестации» персонала организации. Порядок и все регламенты согласуются и утверждаются руководителями организации. По решению администрации аттестация может быть очередной или внеочередной.

Аттестация оценивает результаты труда работника (оценочный лист или по рекомендации от руководителя), деловые и личностные качества, уровень знаний и практические навыки (в форме стандартного экзамена), квалификацию.

Создается аттестационная комиссия из представителей среднего звена, членов профсоюза, работников кадровых служб. Количество определяется обычно нечетным числом участников в количестве от 5 до 11 человек. Комиссия в присутствии работника рассматривает все данные и выносит решение о дальнейшей судьбе сотрудника в организации.

Итоги аттестации могут служить основанием для увольнения сотрудника согласно ст. 81 ТК РФ. В случае несогласия работника с решением аттестационной комиссии, он может подать апелляцию в комиссию по трудовым спорам на предприятии или обратиться в суд. Комиссия должна представить обоснования своего решения [1].

Преимущества: метод хорошо знаком и проработан. На основании результатов аттестации можно принимать кадровые решения (повышение или понижение заработной платы, перевод на другую должность, увольнение, повторная аттестация, обучение). Коллегиальное вынесения решения комиссией.

Недостатки: Метод воспринимается многими сотрудниками негативно, сопряжен с большим стрессом. Может применяться не для всех категорий сотрудников. Требует больших трудовых и временных затрат. Работники не получают обратную связь.

Management by objectives (MBO). Данная методика заключается в том, чтобы руководитель и сотрудник осуществляли совместную постановку задач и оценку результатов их выполнения по истечении отчетного периода (обычно это конец финансового года).

1. Сначала составляется список задач:

а) менеджер сам формулирует задачи, а потом доводит их до работников. Затем осуществляется корректировка с учетом предложений работников;

б) менеджер и работник ставят задачи независимо друг от друга, а потом на собеседовании согласовывают их.

2. Далее определяются критерии выполнения задач (коэффициент, вес в процентах от общего успеха для каждой задачи) в соответствии со стратегией организации.

3. Определяется успешность выполнения поставленной задачи. Приоритет отдается мнению непосредственного руководителя или к решению привлекают вышестоящего руководителя.

4. Намечаются меры по улучшению качества работы.

Преимущества: Сотрудник понимает критерии успешности своей работы еще до начала выполнения задач. Появляются элементы трансляции стратегии компании. Появляются элементы обратной связи. Присутствует нематериальная мотивация: присуждение почетных званий, награждение грамотами и отличительными знаками и т. д. Метод оптимален по временным затратам.

Недостатки: Метод достаточно субъективен, так как выполнение задач, как правило, оценивает один человек (менеджер). Ориентация на прошлые заслуги сотрудника, а не на его развитие в будущем.

Performance management (PM). С помощью этой техники оцениваются результаты, методы и компетенции сотрудников, выявляются области развития, планируется карьера работника. Внимание акцентируется на обратной связи руководителя с подчиненным в виде регулярности контактов раз в год (формально) и чаще (по мере надобности, неофициально).

Собеседования по постановке задач и итоговое интервью (производится совместно руководителем и подчиненным) проходят раз в год, где сотруднику предоставляется обратная связь по его работе и разрабатываются пути развития его успешности и качества работы. Оцениваются результаты работы по задачам и компетенциям, выявляются области и составляются планы обучения сотрудника и развития его карьеры.

Преимущества: Метод дает ясное понимание критериев оценки сотрудника и его места в организации. Устанавливает тесную связь со стратегией компании и ключевыми показателями эффективности. Способствует трансляции корпоративной культуры через компетенции. Ориентируется на долгосрочное обучение и развитие сотрудников. Сотрудник получает обратную связь в течение года, а не только в начале и в конце. Карьерное передвижение по горизонтали и вертикали. Составление индивидуального плана развития сотрудника.

Недостатки: данный метод требует больших временных затрат. Возможен исключительно в организациях с развитой корпоративной культурой – очень прозрачных, с высоким уровнем менеджмента и устремленностью в будущее. Требует большой

предварительной работы HR-департамента и линейных руководителей – иногда в течение нескольких лет.

«360 градусов» – это оценка по компетенциям, которая выполняется людьми, постоянно работающими с сотрудником. Работник сам может инициировать проведение этого метода оценки, чтобы определить свои области развития.

Мнение о сотруднике выносят четыре стороны: руководитель, коллеги, подчиненные, и клиенты в количестве 7-12 человек. Желательно, чтобы оценивали люди не только положительно, но и отрицательно.

Оцениваемые компетенции:

- Профессионализм
- Работа в команде
- Умение принимать решения
- Организаторские способности
- Лидерство
- Коммуникабельность
- Управление людьми
- Инициативность
- Самоменеджмент
- Способность к адаптации

Все данные собираются и отправляются на обработку независимому эксперту или обрабатываются онлайн (автоматически). Результаты оценки (обычно по пятибалльной шкале) получает работник и его руководитель [2].

Преимущества: Получение разносторонней оценки для одного сотрудника. Т.е. сотрудник может сравнить свою самооценку компетенций с тем, как другие люди, работающие с ним, оценивают его компетенции и его поведение. Демократичность метода (не только руководитель оценивает подчиненных, но и подчиненные могут его оценить, это повышает лояльность сотрудников к организации, для них это показатель того, что к их мнению прислушиваются). Создание и укрепление доверительных отношений с клиентами (возможность показать, что организация работает над улучшением обслуживания клиентов). Наиболее эффективно использование данного метода в выявлении потребностей в обучении и в создании индивидуальных планов развития.

Недостатки: Не используется напрямую для основных кадровых решений: перевод на другую должность, увольнение, повышение заработной платы. Оценивает только компетенции, а не достижения сотрудника. Требуется обеспечения высокой степени конфиденциальности. Сложно получить откровенную информацию коллег в оценке (особенно мнение подчиненных о руководителе).

Ассесмент-Центр – это специально подобранный набор тестовых заданий для участников в виде ролевых и деловых игр, индивидуальных упражнений, дискуссий и других заданий, в которых участники Ассесмент-Центра могут в наибольшей степени проявить свои профессиональные компетенции. Именно эти профессиональные компетенции и оцениваются в ходе Ассесмент-Центра. Тема может быть любой, и необязательно должна соответствовать содержанию работы сотрудника. Каждый кейс дает возможность оценить несколько компетенций в разных сочетаниях. Упражнения выполняются в группе или в паре. За поведением сотрудников следят специально обученные наблюдатели – внешние консультанты, сотрудники HR-департамента [2].

Преимущества: Данная процедура может применяться на любом этапе работы с персоналом, начиная с отбора кандидатов и заканчивая подведением итогов программы развития кадрового резерва. Его достоверность и эффективность варьируется от 68 до 80%. Точность метода Ассесмент-Центр объясняется тем, что с помощью него можно

наблюдать реальные поведенческие проявления и тем, что они проверяются более чем одним способом.

Недостатки: Единственный недостаток заключается в том, что традиционные методы Ассесмент-Центра могут проводиться только специалистами в этой области, а так как таких пока еще мало в нашей стране, то и качество проведения Ассесмент-Центра в средних и малых организациях малодоступно.

В идеале, специалистов по проведению Ассесмента лучше приглашать «со стороны». Это увеличит степень объективности оценки персонала, но для компании это может оказаться весьма затратно. Чтобы решить данную проблему, целесообразной может стать подготовка специалистов по Ассесменту внутри компании. Такие специалисты, периодически повышая свою квалификацию, смогли бы проводить оценку персонала на высоком уровне.

Также к методам оценки можно неофициально приурочить коучинг, который является неосновным, но дает более развернутую информацию о сотруднике – его потенциале, намерениях, стремлениях, мотивациях, сильных и слабых сторонах. Коучинг является сильным мотивирующим и иницирующим ответственность сотрудника к своей деятельности методом, поэтому на всех стадиях работы сотрудника его можно применять и как метод оценки, и как метод развития, и как способ мотивации сотрудника [3].

Преимущества: Коучинг способствует четкой постановке целей и их успешной реализации. Применяется как на индивидуальном, так и на групповом уровне. Существенное (в разы) повышение эффективности деятельности личности.

Недостатки: Психологическое сопротивление личности, так как реализация идей коучинга предполагает разрушение многих стереотипов в сознании и формирование новых привычек.

У каждого метода оценки есть свои плюсы и свои минусы. И для того, чтобы достоверно оценить персонал со всех сторон, необходимо использовать некоторый комплекс методов, который будет оптимален по временным и финансовым затратам для данной организации.

Таким образом, оценка персонала представляет собой процедуру, проводимую с целью выявления степени соответствия личных качеств работника, количественных и качественных результатов его деятельности определенным требованиям. Задача оценки потенциала кадров состоит в выявлении его трудового потенциала, степени использования этого потенциала, соответствия работника занимаемой должности или его готовности занять конкретную должность, в том, чтобы охарактеризовать эффективность его трудовой деятельности, а, следовательно, и ценность работника для предприятия.

Литература

1. Малиновский, П.Д. Методы оценки персонала / П.Д. Малиновский. – М.: 2007. – 197 с.
2. Официальный сайт журнала «HR-Portal» [Электронный ресурс]. URL: <http://hr-portal.ru/> (дата обращения: 17. 10. 2013).
3. Лебедева, Н.М. Организационное консультирование. Гештальт-подход / Н.М. Лебедева. – М. : Речь, 2009. – 256 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В ВУЗЕ

И. И. Тарасова, О. М. Лихачева,

*студентки кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,*

4 курс

Научный руководитель Ж. Н. Авилова,

доцент кафедры менеджмента организации НИУ «БелГУ»

В настоящее время в России остро проявляются проблемы обеспечения рынков услуг квалифицированными кадрами. Это обусловлено такими факторами, как сокращение численности населения РФ и его демографическое старение, несоответствие потребностей рынка труда в специалистах определенной квалификации их фактическому выпуску, а также неспособность молодых специалистов эффективно выполнять свои должностные обязанности в силу теоретической составляющей полученных знаний, при отсутствии практических навыков применения фундаментальных основ [1].

Ключевой проблемой в указанном перечне является проблема отсутствия квалифицированных кадров. Именно от профессионализма работников зависит конечный результат деятельности предприятий. Часто можно столкнуться с проблемой, что выпускники ВУЗов устраиваются на работу не по полученной специальности. Одна из причин – работодателям нужны готовые специалисты с опытом работы, а его у выпускника обычно нет [2]. В профессиональной подготовке специалистов любого профиля актуальной является проблема усиления практической части обучения будущих специалистов и возрастающими требованиями со стороны работодателей к качеству их подготовки.

Главная цель производственной практики заключается в предоставлении возможности будущему специалисту получить навыки в области избранной профессиональной деятельности, а также в возможности проявить полученные во время учебы знания и умения на практике в различных направлениях производственно-хозяйственной деятельности: в ведении документации, приобретении навыков работы с оборудованием, работе со специализированными компьютерными программами [3].

Благодаря производственной практике студент знакомится с основами будущей профессиональной деятельности, определяет уровень собственной подготовки к предстоящей работе, изучает деятельность объекта. Однако во время практики он не только приобретает новые практические знания, но и учится осуществлять самостоятельный анализ, исследовать деятельность производственного объекта, выявлять проблемы и перспективы его дальнейшего функционирования, предлагает собственные предложения по совершенствованию деятельности производственного предприятия.

Если намеченные цели производственной практики будут реализованы, в итоге студент сможет не только получить профессиональные навыки и умения и составить отчет по проделанной работе, но и разработать дипломный проект по выбранной тематике.

Таким образом, проблема совершенствования производственной практики актуальна, поскольку комплексная подготовка студентов ВУЗа в теоретическом и практическом плане позволяет выпускать готовых специалистов, соответствующих по качеству их подготовки требованиям со стороны работодателей.

Исследуя проблему необходимости совершенствования производственной практики в ВУЗе, нами было проведено анкетирование, респондентами которого стали студенты четвертых и пятых курсов – выпускники НИУ «БелГУ» (N=100). Это выпускники направлений: «Менеджмент», «Экономика и управление на предприятии (в городском хозяйстве)», «Мировая экономика», «Государственное и муниципальное управление».

На основе полученных данных, можно сделать вывод, что, поступая в НИУ «БелГУ» 40% студентов ожидали получить теоретические и практические знания, такое же количество студентов – получить возможность трудоустройства после окончания ВУЗа, 20% респондентов – получить диплом о высшем образовании. Никто из опрошенных не ожидал получить только теоретические знания.

На рис.1. представлены ответы на вопрос: «Устраивают ли Вас условия и возможности, предоставляемые ВУЗом?».

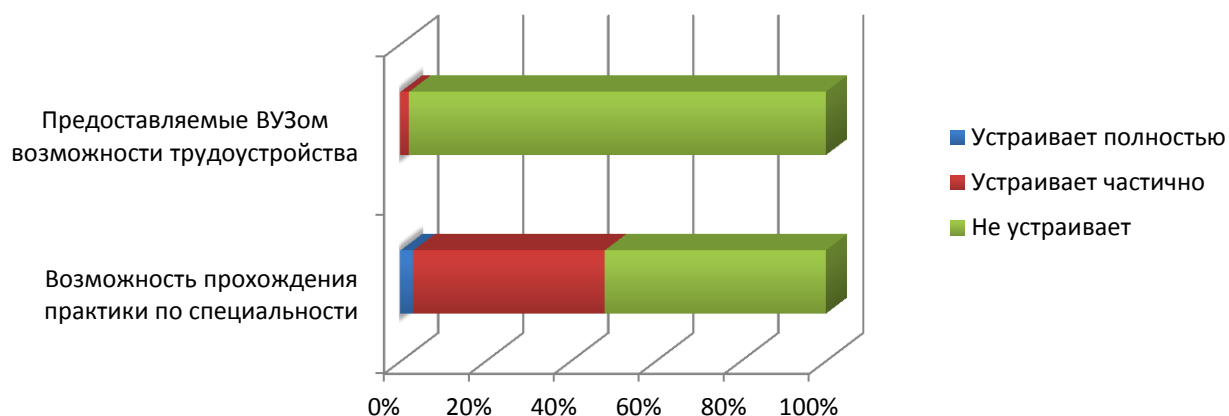


Рис.1. Оценка условий и возможностей, предоставляемых НИУ «БелГУ»

Параметр «Не устраивает» респонденты выбрали для обоих условий: большинство студентов (98%) недовольны предоставляемыми ВУЗом возможностями трудоустройства, больше половины студентов (52%) – возможностью прохождения практики по специальности.

Почти 80% студентов оценивают уровень практической подготовки, как низкий и очень низкий. Половина опрошенных студентов отмечают, что на данный момент теоретические знания преобладают над практическими. Остальные 50% респондентов утверждают, что обладают только теоретическими знаниями.

Более половины респондентов признались, что производственная практика, организованная ВУЗом им ничего не дает и является формальным отчетом. На рис.2. представлена оценка уровня организации производственной практики в НИУ «БелГУ».

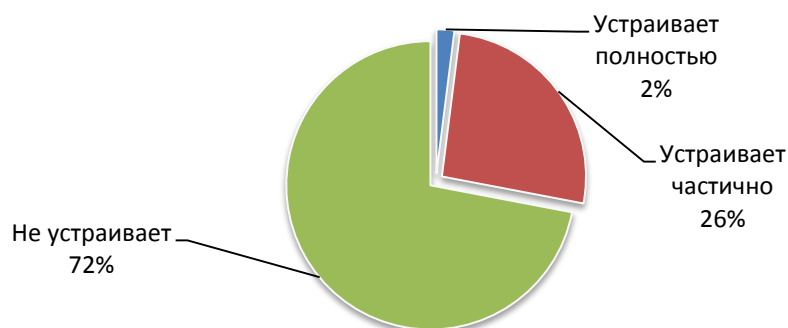


Рис.2. Оценка уровня организации производственной практики в НИУ «БелГУ»

Свои шансы на трудоустройство по специальности после окончания ВУЗа 60% респондентов оценивают, как средние, остальные 40% - как низкие. Все опрошенные студенты имеют желание работать по специальности, но при этом ни один из них, не дал высокую оценку возможности трудоустройства. Как показало исследование, больше 80% опрошенных считают, что легче всего устроиться на работу по знакомству и личным связям, отмечая, что возможность показать себя хорошим работником во время производственной практики практически отсутствует.

Таким образом, проблема совершенствования производственной практики в ВУЗе действительно является актуальной. В современных условиях особенно важно организовать процесс обучения так, чтобы его результат проявлялся в формировании системы практически востребованных знаний и умений, что обеспечит позитивные возможности для трудоустройства выпускников.

Решение этой проблемы на уровне ВУЗа возможно через внесение определенных изменений. Мы предлагаем создать в рамках НИУ «БелГУ» новое структурное

подразделение - Отдел производственной практики. Основная цель деятельности отдела - планирование, организация и проведение практики студентов по всем направлениям подготовки университета в соответствии с учебными планами.

Главной задачей отдела является организация работы по закреплению, углублению, совершенствованию, систематизации теоретических знаний студентов полученных в процессе обучения в целях приобретения ими практических навыков, необходимых в дальнейшем для самостоятельной профессиональной деятельности в зависимости от профиля подготовки [4].

Основные направления деятельности отдела:

1. Выполнение организационной, учебно-методической, практической и контролирующей деятельности по организации и проведению всех видов практики студентов по всем направлениям подготовки.

2. Обеспечение единой политики Университета в области планирования и организации практики студентов.

3. Установление партнерских отношений и взаимодействие с базами практики различных форм собственности г. Белгорода, Белгородской области и других регионов в рамках практического обучения студентов и проведения практики.

4. Составление сметы расходов на проведение практики.

5. Подготовка проектов приказов по вопросам проведения практик студентов.

6. Проведение консультационной работы со студентами по вопросам прохождения практики и обеспечение студентов необходимой документацией по практике.

7. Участие в обсуждении вопросов, касающихся практики на ректорате.

8. Разработка унифицированных форм бланков и отчетных документов по организации и проведению практики студентов.

9. Координация работы ответственных за практику по осуществлению методического обеспечения и по проведению учебно-методических конференций по итогам практики.

10. Проведение информационно-аналитической работы по итогам прохождения практики: проведение мероприятий по выявлению и устранению недостатков по организации и проведению практики.

11. Подготовка предложений по совершенствованию планирования и организации практики студентов.

Мы считаем, что для эффективного прохождения производственной практики необходимо мотивировать не только студентов, но и работников предприятий, с которыми установлены партнерские отношения.

Студенты должны иметь возможность:

1. Самостоятельно выбирать предприятие для прохождения производственной практики.

2. Проходить практику в течение всего времени обучения на выбранном предприятии.

3. Во время прохождения практики иметь статус стажера на предприятии, что обеспечит фактическую возможность участвовать в производственных процессах.

4. Приравнять время прохождения производственной практики к испытательному сроку при выявлении положительных результатов по итогам работы.

5. Получить возможность трудоустройства на данном предприятии после продуктивной работы в течение производственной практики и написания соответствующего дипломного проекта.

В свою очередь, предприятие, закладывая необходимые практические умения и навыки, подкрепленные теоретическими знаниями студентов, формирует качественных выпускников, готовых к осуществлению профессиональной деятельности. Таким образом, руководитель предприятия может быть уверен в новых сотрудниках, которые способны непосредственно с момента подписания договора эффективно выполнять свои служебные обязанности и приносить предприятию ожидаемый эффект.

Кроме этого, в рамках партнерских отношений ВУЗ может предоставлять руководству и работникам предприятий различные преподавательские услуги: курсы, семинары, тренинги, мастер-классы и т.д. Такое сотрудничество не только повысит заинтересованность предприятия в предоставлении базы производственной практики, но и исключит необходимость нести формальные финансовые расходы на проведение практики, то есть не добавит бумажной волокиты.

Следуя данным рекомендациям, можно повысить эффективность обучения благодаря комплексному освоению теоретического и практического материала, повышению заинтересованности и личностного статуса студента. ВУЗ сможет предоставлять студентам базу для прохождения производственной практики, а также гарантировать выпускнику возможность трудоустройства при условии ее добросовестного прохождения и успешного сотрудничества с предприятием. Таким образом, все недостатки, выявленные в результате исследования, будут устранены.

Литература

1. Бондаренко, Т. Н. Эффективность взаимодействия образовательных учреждений и бизнес-среды: теория, методология, практика / Т. Н. Бондаренко; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. А. П. Латкина. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2010. – 188 с.

2. Ялалов, Ф. Г. Деятельностно-компетентный подход к практико-ориентированному образованию / Ф. Г. Ялалов / Интернет-журнал «Эйдос» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eidos.ru/journal/2007/0115-2.htm> (дата обращения: 08.10.2013).

3. Бодункова, А. Г. Создание учебной бизнес-среды как инновационной модели практико-ориентированного обучения в вузе / А. Г. Бодункова, М. В. Ниязова, И. П. Черная / Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования» [Электронный ресурс]. URL: www.science-education.ru/106-7647 (дата обращения: 08.10.2013).

4. Рязанский Государственный университет / Главная страница / Подразделения вуза / Отдел производственной практики [Электронный ресурс]. URL: http://www.rzgm.ru/subdivisions/Department_of_Manufacturing_Practice/ (дата обращения: 14.10.2013).

ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ВУЗЕ

И. И. Тарасова, О. М. Лихачева,

*студентки кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И. В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,*

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

В современных условиях наиболее эффективным считают внедрение практико-ориентированных технологий обучения, способствующих формированию у студентов значимых для будущей профессиональной деятельности качеств личности, а также знаний, умений и навыков, обеспечивающих качественное выполнение функциональных обязанностей по избранной специальности. В этой связи ставится задача обновления содержания образования путем усиления его практической направленности, но при сохранении фундаментальности. Не уменьшая значимость теоретического блока, практико-ориентированный подход нацеливает образовательные программы на разработку тех форм учебного процесса, которые позволяют эффективно формировать практикумы, мастер-классы, тренинги, деловые игры, проектные и проблемные методики, самостоятельные исследования [1].

Реформирование высшего образования и внедрение новых педагогических технологий в практику обучения в вузе следует рассматривать как важнейшее условие интеллектуального, творческого и нравственного развития студентов. Нужно подчеркнуть особенности, характеризующие практико-ориентированное обучение в вузе: общее количество часов, отведенных на практическое образование (до 50 % времени обучения в университете); использование в обучении определенных креативных методов (метод проблемно-ориентированного обучения, метод проектов и др.); ориентация обучения на работу в группе, команде; интеграция учебных предметов как "способ приближения" учебной ситуации к реальной, способ задания целостного представления о будущей профессиональной деятельности и ее фрагментах [2]. В формировании компетенций выпускника большую роль занимает практическая подготовка в рамках практико-ориентированного обучения.

Целью практико-ориентированного обучения является интенсификация процесса поиска, получения и накопления новых знаний, умений и профессиональных компетенций. Результатом практико-ориентированного подхода в обучении должен являться специалист, способный эффективно применять в практической деятельности имеющиеся у него компетенции [3].

В рамках исследования проблемы практико-ориентированного обучения в ВУЗе нами было проведено анкетирование, респондентами которого стали студенты четвертых и пятых курсов – выпускники НИУ «БелГУ» (N=100). Это выпускники направлений: «Менеджмент», «Экономика и управление на предприятии (в городском хозяйстве)», «Мировая экономика», «Государственное и муниципальное управление».

Анализируя результаты проведенного анкетирования, можно сделать вывод, что, поступая в НИУ «БелГУ», 40% студентов ожидали получить теоретические и практические знания, такое же количество студентов - получить возможность трудоустройства после окончания ВУЗа, 20% респондентов - получить диплом о высшем образовании. Можно отметить, что ни один респондент не выбрал вариант ответа, предполагающий получение только теоретических знаний.

Важное значение при выборе респондентами специальности имели следующие показатели, представленные на рис.1.

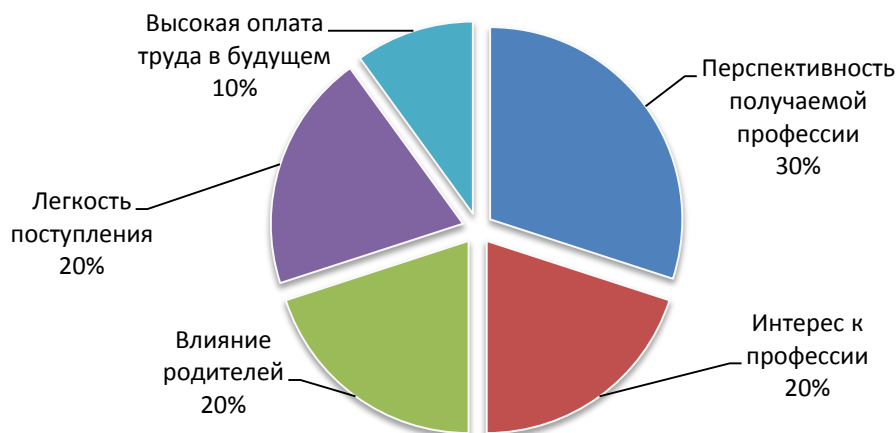


Рис.1. Основные показатели, влияющие на выбор специальности респондентами

Важнейшими факторами при выборе ВУЗа являются:

1. Престиж учебного заведения. Так ответили 60% опрошенных.
2. Наличие бюджетной формы обучения. Данный фактор важен для 40% респондентов.
3. Мнение родителей является приоритетным фактором для 20% студентов.
4. Преподавательский состав. Данный фактор указали 10% опрошенных.

По результатам нашего исследования, такие факторы, как цена за обучение, наличие библиотеки и материально-техническая база, на выбор студентов не оказывают влияния.

На рис.2. представлены ответы на вопрос: «Устраивают ли Вас условия и возможности, предоставляемые ВУЗом?».

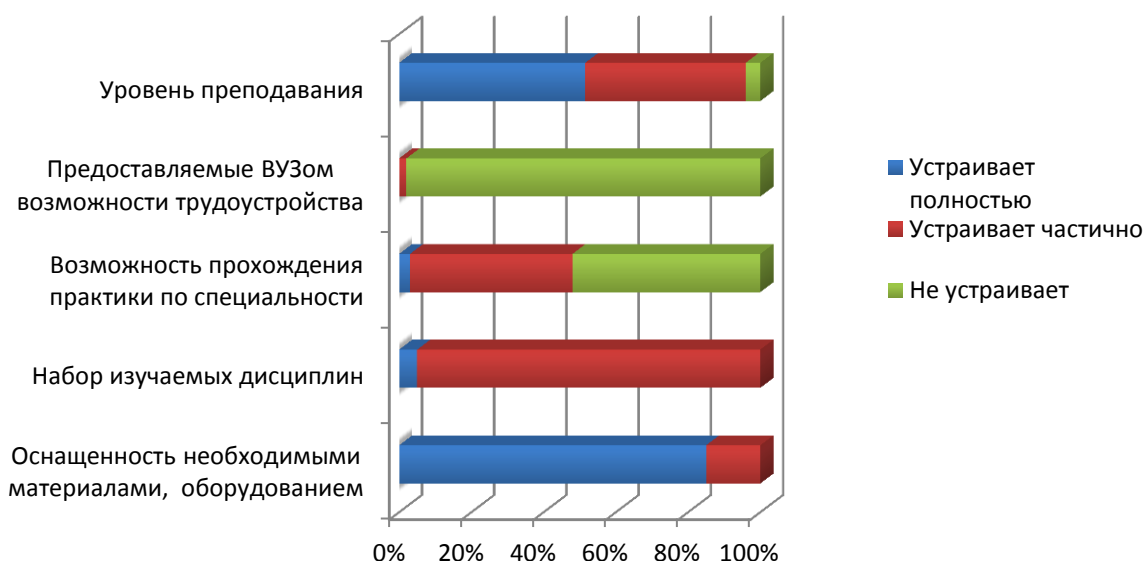


Рис.2. Оценка условий и возможностей, предоставляемых НИУ «БелГУ»

Следует обратить особое внимание на параметр «Не устраивает», который респонденты выбрали для таких условий, как предоставляемые ВУЗом возможности трудоустройства, возможность прохождения практики по специальности, а также уровень преподавания. Необходимо сконцентрироваться на первых двух условиях, так как подавляющее большинство респондентов (98%) недовольны предоставляемыми ВУЗом возможностями трудоустройства, больше половины студентов (52%) – возможностью прохождения практики по специальности.

Половина опрошенных студентов отмечают, что на данный момент теоретические знания преобладают над практическими. Остальные 50% респондентов утверждают, что обладают только теоретическими знаниями. Следует отметить, что ни один респондент не отдал предпочтение следующим вариантам: «отличное знание теории и практики», «практические знания преобладают над теоретическими», «обладаю только практическими знаниями».

На рис.3 показано, как студенты оценивают уровень теоретической и практической подготовки в НИУ «БелГУ».

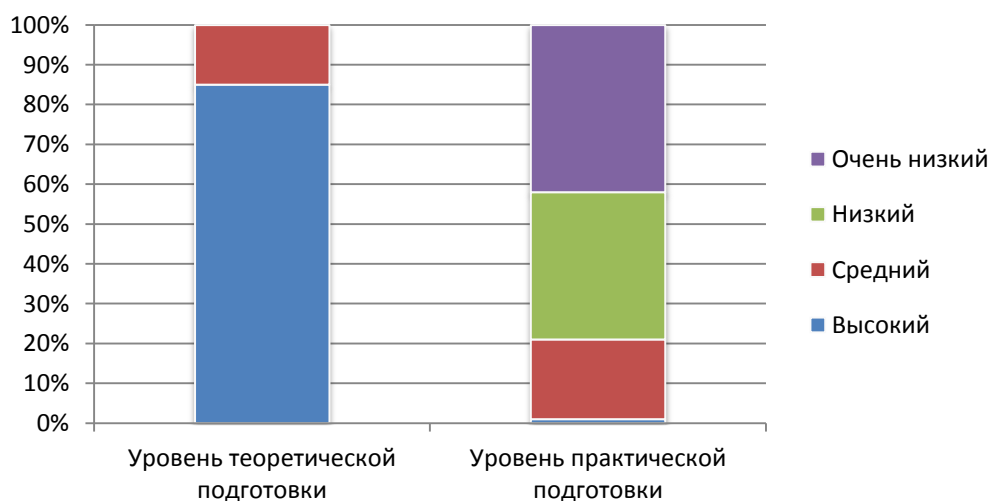


Рис.3. Уровень теоретической и практической подготовки в НИУ «БелГУ»

Следует отметить, что почти 80% студентов оценивают уровень практической подготовки, как низкий и очень низкий.

Наибольший интерес у студентов вызывает совмещение теоретических знаний с практическими и получение практических навыков. Эти критерии набрали по 50%. Никто из опрошенных не заинтересован в получении только теоретических знаний, не подкрепленных практическими умениями.

Большинство респондентов считают, что получение более глубоких практических знаний в рамках ВУЗа повлияет на шансы при трудоустройстве. Так ответили более 80% студентов. Остальные указали на потребность подтверждения полученных практических знаний соответствующими сертификатами. При этом все студенты отмечают необходимость включения в производственный процесс более глубокой практической подготовки.

Таким образом, проблема практико-ориентированного обучения в ВУЗе действительно является актуальной. В современных условиях особенно важно организовать процесс обучения так, чтобы его результат проявлялся в развитии собственной внутренней мотивации, устойчивого познавательного интереса студентов, в формировании системы практически востребованных знаний и умений, что обеспечит позитивные возможности для трудоустройства выпускников. При освоении исключительно теоретического материала учебный процесс становится излишне усложненным и отрывается от реальной жизни, что ведет к потере интереса студентов к обучению.

В рамках практико-ориентированного обучения безусловным приоритетом пользуется (и основным «учебным материалом» является) именно деятельность, организованная и осуществляемая с намерением получить намеченный результат. Для этого и само обучение должно быть устроено не традиционным образом. Оно должно быть преобразовано в специфический вид деятельности, составленных из множества единичных операций и заданий, организованных в единое целое и направленных на достижение общей цели.

Решение этой проблемы на уровне ВУЗа возможно через внесение определенных изменений в учебный план подготовки будущих специалистов (бакалавров и магистров) и в учебные программы. Внедрение и широкое применение новых форм и методов обучения (тренинги, практикум, групповая работа, проектные методы, работа со случаем и т.д.) возможно через распространение новых подходов к обеспечению качества подготовки, определяемого потенциальным работодателем. В процессе обучения должны широко использоваться творческие индивидуальные и групповые задания. В практико-ориентированном учебном процессе не только применяется имеющийся жизненный опыт, но и формируется новый опыт на основе вновь приобретаемых знаний. Данный опыт становится основой развития студентов, формирования их профессионального сознания.

Практико-ориентированное обучение позволяет преодолеть отчуждение науки от человека, раскрывает связи между знаниями и повседневной жизнью людей, проблемами, возникающими перед ними в процессе жизнедеятельности. Наряду с последовательным и логичным изложением основ наук на всех этапах обучения в каждой обучаемой теме должен содержаться материал, отражающий ее значение, место той или иной природной закономерности в повседневной жизни [4].

В рамках практико-ориентированного подхода значительно повышается эффективность обучения благодаря повышению личностного статуса студента и практико-ориентированному содержанию изучаемого материала.

Литература

1. Андреев, А. Л. Компетентностная парадигма в образовании : опыт философско-методологического анализа / А. Л. Андреев / Педагогика. – № 4. – 2005. – С. 23.
2. Осипова, И. В. Проектирование компетентностно-ориентированных основных образовательных программ, реализующих федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования: Методические рекомендации для

организаторов проектных работ и профессорско-преподавательских коллективов вузов / Авт. сост. И. В. Осипова, О. В. Тарасюк. – Екатеринбург: РГППУ, 2009. – С.36.

3. Бодункова, А. Г. Создание учебной бизнес-среды как инновационной модели практико-ориентированного обучения в вузе / А. Г. Бодункова, М. В. Ниязова, И. П. Черная /Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования» [Электронный ресурс]. URL: www.science-education.ru/106-7647 (дата обращения: 08.10.2013).

4. Просалова, В. С. Концепция внедрения практикоориентированного подхода / В. С. Просалова / Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» [Электронный ресурс]. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/10pvn313.pdf> (дата обращения: 11.10.2013).

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ИННОВАЦИЙ

Д.Н. Федосова,

*студент кафедры менеджмент организации
института управления,
4 курс*

*Научный руководитель С. Н. Прядко,
кандидат экономических наук, доцент,*

доцент кафедры менеджмента организации, НИУ «БелГУ»

В настоящее время логика развития бизнеса требует повышения рентабельности производства и расширения ассортимента. Обе эти цели или одну из них можно достичь, разрабатывая новые продукты.

Вряд ли кого-то сегодня надо убеждать в необходимости постоянной работы над новыми продуктами. Усиливающаяся конкуренция требует от всех участников рынка постоянного напряжения в борьбе за место под солнцем. Как в известной сказке Льюиса Кэрролла: даже для того, чтобы оставаться на месте, надо бежать. Не двигаясь же, то есть ничего не делая, работая, как и работается, можно оказаться далеко позади. Рыночные новинки - это один из элементов такого движения.

Актуальность темы заключается в том, что как звучало выше, логика развития бизнеса требует повышения рентабельности производства и расширения ассортимента. Обе эти цели или одну из них можно достичь, разрабатывая новые продукты. Разумеется, это не единственный инструмент для достижения указанных целей, но очень важный. В результате успешного вывода на рынок нового продукта компания обычно либо расширяет свою продуктовую линейку, либо закрепляет за собой новую товарную категорию. Наиболее часто встречается, конечно, первый вариант: он проще, менее рискован. Зато в случае вывода на рынок совершенно нового продукта, можно получить гораздо большую прибыль и занять стратегически выгодную позицию лидера в новой товарной категории [1]. Как показано на данной схеме в 2011 году по сравнению с 90-ми большую степень инновационных внедрений было использовано в научных и исследовательских разработках. (Рис.1).



Рис.1. Статистика развития инноваций в России

В процессе создания новинок существует множество подводных камней: нужно правильно организовать ее разработку, угадать с продуктом, провести тестирование и проработать еще массу исследований [2]. В одной статье невозможно описать все нюансы бизнес-процессов, связанных с разработкой новых продуктов.

Разработка новинки сродни изобретению. Возможно изящное и простое решение, а можно долго мучаться и в результате получить нечто бесподобное. При этом никаких четких алгоритмов, как и при создании изобретений нет. Алгоритмов нет, но все-таки некоторые приемы создания новинок выделить можно. Тысячи конструкторских фирм изучают рынок конечных потребителей, пытаются угадать будущий спрос. Это и понятно, ведь учтя его, они смогут создать новые инновационные продукты, на которое в свою очередь будет спрос. Но для начала нужно знать рынок, не оставить без внимания реакции конкурентов и потребителей, а так же провести расчет затрат на введение инновации. На данной диаграмме представлены данные о распределении затрат на технологические инновации по видам экономической деятельности за 2012 год. (Рис.2).

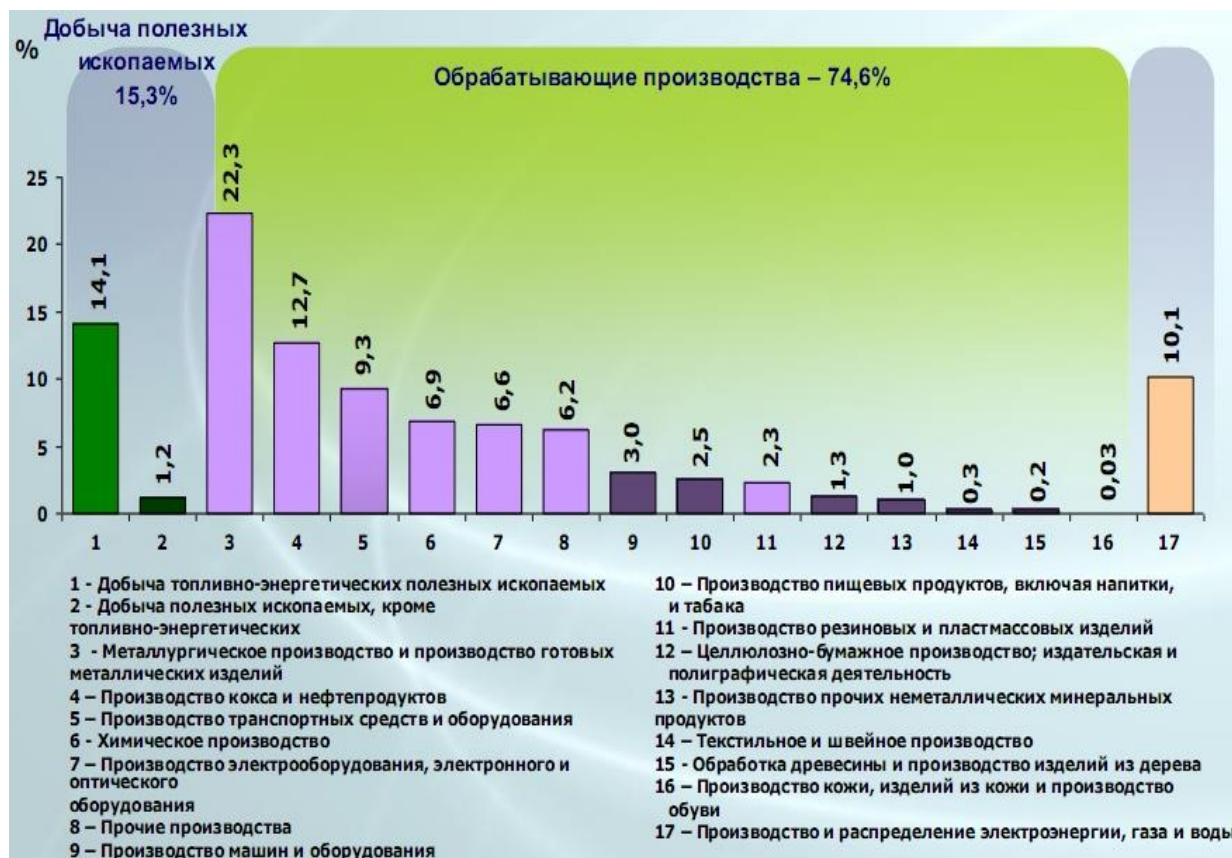


Рис.2. Распределение затрат на технологические инновации по видам экономической деятельности

Концепция маркетинга инноваций является основой работы всей маркетинговой службы, исследования рынка и поисков конкурентной стратегии предприятия. Первостепенной задачей подразделений маркетинга на начальном этапе поиска инновации становится исследование рынка: уровня спроса и конкуренции, поведения покупателя и динамики его предпочтений, наличия конкурирующих продуктов и возможностей закрепления новинки на рынке. Стратегия маркетинга, анализ рынка и оперативный маркетинг состоят из шести принципиальных этапов [3]:

- общеекономического анализа рынка для инноваций;
- анализа экономической конъюнктуры;
- специального исследования рынка для инноваций;
- разработки стратегии проникновения новшества;
- оперативных мероприятий маркетинга;
- оценки издержек и доходов от маркетинга.

Из концепции маркетинга следует, что инновационный маркетинг в современном понимании представляет собой единство стратегий, философии бизнеса, функций и процедур управления и методологической основы [4].

Инновационный маркетинг как понятие шире, чем маркетинг инноваций, он включает миссию организации, философию мышления, область научных исследований, стиль управления и поведения. Это органичное, а не навязанное новаторство, особый тип отношений и полное принятие риска.

Инновационное развитие российской экономики неразрывно связано с маркетинговыми исследованиями, позволяющими анализировать и сегментировать товарные рынки, изучать и информировать спрос на инновационные товары и услуги, выявлять конкурентные преимущества товаропроизводителя, принимать взвешенные стратегические и тактические управленческие решения о позиционировании товара, комплексе маркетинга, координации и контроле его реализации. На данной диаграмме представлены данные за 2012 год об удельном весе организаций промышленного производства, осуществляющих технические инновации по видам экономической деятельности (рис.3).



Рис.3. Удельный вес организаций промышленного производства, осуществляющих технические инновации по видам экономической деятельности

В настоящее время ни один предприниматель не может обойтись без информации о конкурентах, клиентах, потребителях, поставщиках. Развитие рыночных отношений порождает спрос на информацию. Но в настоящее время информация стоит дорого, но ее отсутствие худшим образом отразится на продвижение инновационного продукта на рынок. Поэтому одним из важных направлений в маркетинговом исследовании рынка инноваций является доступность и наличие информации. В тоже время полученную с помощью маркетинговых исследований информацию, можно рассматривать как потенциальный ресурс компании, который она может использовать в стратегической перспективе при выходе на рынок инновационного продукта.

В современных маркетинговых исследованиях рынка возникает необходимость расширения использования ресурсов Интернет-маркетинга. Здесь, прежде всего, мы имеем в виду проведение маркетинговых исследований (мониторинг рынков и анализ деятельности конкурентов, проведение опросов посетителей собственного сервера, тестирование нового продукта, исследование результатов телеконференций, использование данных опросов, проводимых на других серверах), поиск клиентов и партнеров, проведение рекламных кампаний, стимулирование сбыта, осуществление связей с общественностью, электронная коммерция.

Это позволит сотрудникам маркетинговых служб быстро менять ассортимент, описание продуктов и их цены; экономить на затратах (отсутствуют затраты на создание обеспечения функционирования магазина, на использование обычных методов почтовой рассылки, издание каталогов); легче осуществлять контакты с потенциальными потребителями, посылая им информацию (например, разъяснительного или рекламного характера) и получая от них ответы; подсчитать число людей, посетивших сайт организации и отдельные его части.

Интернет-исследования имеют массу преимуществ. Очевидные плюсы онлайн исследований – сокращение времени проведения, относительно невысокие финансовые затраты, возможность быстрого предоставления результатов и изучение труднодоступных категорий населения, возможность использования аудио-визуальных материалов, используя средства мультимедиа для продвижения инновационного продукта.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что в настоящее время существуют инновационные подходы в маркетинговых исследованиях рынка. Они связаны с адаптацией к Российским условиям уже имеющихся онлайн-исследований с помощью сети Интернет.

Однако использования информационных технологий и обладания доступом в Интернет еще недостаточно для получения положительного экономического эффекта. Необходимо чтобы все информационные ресурсы представляли собой систему, увязывающую внутренние и внешние компоненты в одно единое целое. Другими словами необходима налаженная маркетинговая информационная система рынка инноваций. Рынок инноваций – это новый и только развивающийся рынок, поэтому можно сделать вывод, что маркетинговые исследования данного рынка раскрыты еще не в полной мере и имеют массу недостатков.

Литература

1. Гольдштейн, Г.Я. Инновационный менеджмент / Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008. – 132с.
2. Гольдштейн, Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент: учеб. пособие / Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. – 267с.
3. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями /Б. Твисс. – М.: Экономика, 2009. – 169с.
4. Титов, А. Б. Маркетинг и управление инновациями/ А. Б. Титов. – СПб: Питер, 2001. –154с.

ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ ОДЕЖДЫ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА

К. С. Шакшина,
*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*
Научный руководитель Л.А. Третьякова,
*доктор экономических наук, профессор кафедры
управления персоналом*

В наше время немало российских и зарубежных компаний предъявляют расширенные требования к внешнему виду сотрудников. В основном, это те сферы, где персонал работает непосредственно с клиентами: страховые, банковские, туристические организации, сферы торговли, гостиничного и ресторанного бизнеса и т.д.

«Дресс-код» - модное слово, которым часто привыкли называть требования к внешнему виду.

Дресс-код (дословно от англ. dress code – «кодекс одежды») - это свод правил и рекомендаций о том, как сотрудникам представительских профессий следует выглядеть в конкретных ситуациях делового общения. Этими правилами определяется, в чем сотрудники могут/не должны появляться в офисе, на переговорах, на приемах, на рекламных акциях, в командировке, на корпоративных вечеринках и т. д. Термин изначально возник в Великобритании, но быстро распространился по всему миру [1].

Дресс-код компании считается продолжением организационной культуры фирмы и важной частью её бренда. Организационную культуру нельзя недооценивать, так как она является мощным внутренним конкурентным фактором, который стимулирует управляемость организации, обеспечивает развитие бизнеса, дает сотрудникам возможность расти личностно и материально. Благодаря сильной организационной культуре все сотрудники организации становятся большой сплоченной командой, где каждый сотрудник выполняет только те задания, которые служат ее благу, а также развивают компанию.

Дресс-код помогает не только поддерживать нужный имидж компании, управлять впечатлением, произведенным на партнеров; но и идентифицировать компанию, сделать ее

узнаваемой; идентифицировать должность (статус), регулировать стабильность внутри организации и психологическое состояние сотрудников. Цель дресс-кода разнообразна, но ее составляющей всегда является требование о презентации сотрудника компании перед клиентами как аккуратного, исполнительного, внимательного, чтобы оставалось впечатление – «Фирме можно доверять!». Стиль одежды определяет эффективность компании.

Условно рабочую одежду подразделяют на три вида: спецодежда, униформа и одежда, соответствующая корпоративным требованиям.

Работодатель вправе требовать от сотрудников ношения одежды первого и второго вида, что не скажешь о третьем виде.

Спецодежда – это специально разработанная одежда (костюм, комбинезон, халат, нательное белье, фартуки, нарукавники и др.), призванная защищать рабочего от вредных воздействий внешней среды и обеспечивать необходимые для работы характеристики. Традиционно считается, что рабочая одежда должна быть удобной и заметной [2].

Согласно статье 212 трудового кодекса РФ работодатель обязан обеспечить за счет собственных средств специальной одеждой, специальной обувью и другими средствами индивидуальной защиты, смывающими и обезвреживающими средствами, прошедшими обязательную. По правилам статьи 221 Трудового кодекса РФ работодатель обязан за счет собственных средств, в соответствии с установленными нормами не только обеспечивать своевременную выдачу специальной одежды, специальной обуви и других средств индивидуальной защиты, а также их хранение, стирку, сушку, ремонт и замену. Для исполнения данных обязанностей работодатель может выдавать работнику по два комплекта соответствующих средств защиты с удвоенным сроком пользования [3].

Конечно, любому человеку будет приятней и комфортней работать, зная о том, что он защищен от негативных факторов.

Форменная одежда (обмундирование, униформа) – это комплект одежды, предназначенный для ряда служащих. Ношение такой одежды предписано законодательством РФ, нормативными актами или ведомственными распорядительными документами. Как правило, форма имеет знаки отличия, нашивки, которые отражают отношение работника к той или иной отрасли и его статус, и выдается работнику бесплатно или на льготных условиях. Обязанность ношения форменной одежды, так же как и спецодежды, продиктована требованиями законодательства или специальными отраслевыми нормами. Отличия заключаются в том, что форменная одежда:

- не призвана защищать работников от воздействия каких-либо вредных факторов;
- отражает специфику отрасли (авиация, железнодорожный транспорт, морской и речной транспорт и др.);
- предназначена в основном для ряда госслужащих, которым в силу закона положено обмундирование при исполнении служебных обязанностей.

Кроме того, форменная одежда должна быть выполнена в единой цветовой гамме и содержать товарный знак или логотип фирмы, ее символику. Как отметили специалисты Минфина России в письме от 01.11.2005 № 03-03-04/2/99, товарный знак (логотип, символика) наносится непосредственно на одежду, а не на значок, галстук, косынку или жилет.

Состав форменной одежды устанавливается соответствующим министерством или ведомством [4].

Форменная одежда, не сильно, но влияет на эффективность соответствующей ей организации. Например, увидев полицейского в форменной одежде, человек не станет совершать правонарушение, даже такое мелкое, как переход дороги в неположенном месте.

И, конечно же, корпоративный стиль – один из главных составляющих имиджа любой компании.

Нормами законодательства не установлено требование соблюдения корпоративного дресс-кода как обязательного условия труда, так же как и не установлена ответственность за нарушение дресс-кода. Поэтому работодателям часто приходится самим создавать локальные акты, предписывающие обязанность работников

придерживаться стиля в одежде. Но это того стоит. Если компания легко узнаваема, значит она на слуху, значит имеется целевая аудитория, которая является не маловажным компонентом эффективной организации. Разработка фирменного стиля во всех его проявлениях в сочетании с высоким качеством производимой продукции создаёт великолепный имидж фирмы, продвигая её на рынке, и таким образом, способствуя постоянному повышению интереса к выпускаемым ею продуктам.

Но все же, современный этикет и требования культуры обслуживания предъявляют несколько обязательных требований для создания корпоративного стиля одежды. Корпоративный или фирменный стиль создается на основе логотипа или фирменного знака. Цель фирменного стиля, стать легко узнаваемым на рынке с помощью уникальной фирменной символики. Корпоративный стиль одежды не ограничивается только нанесением фирменной символики на элементы одежды, а является частью корпоративной культуры [5]. Например, в кодексе этики и служебного поведения федеральных государственных гражданских служащих Министерства финансов РФ, утвержденном 23.03.2011 (пункт 27) указано, что «внешний вид гражданского служащего Министерства финансов Российской Федерации при исполнении им должностных обязанностей в зависимости от условий службы и формата служебного мероприятия должен способствовать уважительному отношению граждан к государственным органам, соответствовать общепринятому деловому стилю, который отличают официальность, сдержанность, традиционность, аккуратность.» [6].

Единый дресс-код придает сотрудникам ощущение, что они часть своей организации. Повышается уровень коллективизма, а организация со сплоченным коллективом, как правило, эффективнее разрозненной. Объединяет всех сотрудников, и мотивирует персонал придерживаться общих принципов компании.

Цвет, форма и комфортность одежды сотрудников значительно влияет на самочувствие и эффективность работы персонала фирмы.

Что же делать, если организация стоит на пути проекции или изменения стандартов дресс-кода. Решить такую проблему не сложно, приведем несколько советов, которые облегчат эту задачу:

Внимательно изучите вашу рабочую среду. Вполне возможно, что даже для офиса вам могут понадобиться несколько наборов правил, касающихся внешнего вида сотрудников.

Работники сферы обслуживания клиентов должны носить более формальную одежду, чем, например, художники или графические дизайнеры, если в их рабочие обязанности не входит встреча с клиентами. В противном случае, «творческим людям» необходимо будет одеваться более официально.

Для обеспечения безопасности и охраны здоровья сотрудников, работающих в промышленности, в сфере общественного питания, на складах, в медицинских учреждениях, необходимо (юридически или фактически) придерживаться различных требований, касающихся внешнего вида и рабочей одежды. О нормах и требованиях к такой одежде мы упомянули выше.

Введите ясность, что уместно, а что нет. Используя примеры, объясните сотрудникам, что «можно делать, а что нельзя». Вам следует четко и ясно об этом говорить, лучше прописать.

Ваша политика должна быть справедливой и последовательной. Убедитесь, что ваша политика не дискриминирует религиозные предпочтения, гендерную принадлежность или ограниченные физические возможности ваших сотрудников.

Будьте готовы предложить личную консультацию. Если одежда работника и его привычки не совместимы с вашими стандартами, попытайтесь помочь человеку понять, что и почему является нецелесообразным, а также, зачем необходимо соответствовать определенным стандартам.

Конечно, любой руководитель может воспользоваться стандартами, в отношении стиля одежды. Выдавать специальную и форменную одежду строго по законодательству и не принимать участия в улучшении условий труда для работников. Но, на мой взгляд, стиль одежды неотъемлемая часть организационной культуры и управления персоналом в

целом. Комфортно чувствуя себя не только на рабочем месте, в рабочем коллективе, но и в одежде, персонал будет хотеть приходить на работу, выполнять свои обязанности и достигать целей организации.

Создание эффективной организационной культуры является одним из самых действенных способов разгрузить руководство. Организационная культура задает долговременную цель существования предприятия, создает определенные корпоративные стандарты, которым должны следовать все сотрудники для эффективного достижения поставленной задачи. Как мы выяснили, стиль одежды – неотъемлемая часть организационной культуры. Наша гипотеза – стиль одежды определяет эффективность компании – была подтверждена. Мы составили основные рекомендации по созданию и совершенствованию стиля одежды, что, в конечном итоге, приведет к развитию эффективности работы персонала и достижению основных целей организации. Через фирменную символику происходит важный процесс продвижения компании, бренда.

Литература

1. Стеклова О. Е.. Организационная культура: учебное пособие / О. Е. Стеклова. Ульяновск, 2007 – 127 с.
2. Лапина, Т.А. Корпоративная культура / Т.А. Лапина // Имиджевая структура корпоративной культуры. – 2012 – С.24.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ [Электронный ресурс].URL: <http://www.rg.ru/2001/12/31/trud-dok.html> (дата обращения 22.10.2013).
4. Зарплата. Практический журнал для бухгалтеров [Электронный ресурс].URL: <http://www.zarplata-online.ru/art/38337?token=47452432-bcaa-11a0-6855-2d0155ac8402&ttl=7888> (дата обращения 22.10.2013).
5. Персикова Т.Н. Корпоративная культура: учебник / Т.Н. Персикова. – М.: Логос, 2011 – С. 288.
6. Приказ Министерства финансов Российской Федерации (Минфин России) от 11 января 2013г. [Электронный ресурс].URL: <http://www.rg.ru/2013/07/10/finansidok.html> (дата обращения 23.10.2013).

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРОСТКОВ С РАЗЛИЧНЫМИ АКЦЕНТУАЦИЯМИ ХАРАКТЕРА

Т.В. Аникеевко, М.В. Усачёва

*студент кафедры возрастной и социальной психологии,
факультет психологии, НИУ «БелГУ»,
5 курс*

*Научный руководитель Н.Г. Фирсова,
ассистент кафедры возрастной и социальной психологии,
факультет психологии, НИУ «БелГУ»,*

Проблема мотивации является актуальной и в отечественной и в зарубежной психологии. Это связано с рядом причин. Во-первых, это объясняется тем, что существует необходимость внедрения в практику психологических исследований, выход к реальному поведению человека, применение на практике полученных результатов. Во-вторых, проблема раскрытия связей внутренних мотивационных тенденций человека к действию. Мотив – это побуждение к деятельности, которое связано с удовлетворением определенных потребностей. Изучая поведение подростков, анализируя их поступки, необходимо выяснить их побудительные силы, т. е. их мотивы. Мотивы различаются содержанием деятельности, в которой они реализуются [1].

Проблема изучения мотивации и мотивов поведения и деятельности является одной из стержневых в психологии. В нашей стране вопросами мотивации поведения человека занимались такие известные ученые психологи как А.Ф. Лазурский, Н.Н. Ланге, А.Н. Леонтьев, С.Л.Рубинштейн, Л.С. Выготский первый, кто начал изучать вопрос формирования произвольной мотивации. Огромнейший вклад в развитие мотивации учебной деятельности сделан Л.И. Божович.

В зарубежной психологии изучением понятия «мотив» и «мотивация» занимались У. МакДугалла, З. Фрейда, А. Маслоу – классические теории мотивации. К. Левина, А. Адлера, В. Франкла, А. Маслоу, К.-Г. Юнга, Г. Мюррея, К. Роджерса, Э. Фромма разрабатывали так называемые гуманистические или антропологические теории мотивации.

Основной особенностью подросткового возраста являются резкие, качественные изменения, затрагивающие все стороны развития. Процесс анатомо-физиологической перестройки является фоном, на котором протекает психологический кризис [2].

К центральным психологическим новообразованиям подросткового периода, согласно Л. С. Выготскому, относится появление у подростка самосознания. Это новообразование даёт подростку возможность понимать себя, свои чувства, эмоции, анализировать действия и поступки. Подросток пытается понять сам себя, найти своё место в социуме, осмыслить свою жизнь.

Происходит формирование собственного «Я», то есть происходит становление нового уровня самосознания. Происходит открытие своего внутреннего мира. Внутреннее «Я» перестаёт совпадать с «внешним», что приводит к развитию самообладания и самоконтроля [2]. Изменяется мировоззрение, восприятие окружающей действительности и самого себя, становление «Я-концепции» – система внутренне согласованных представлений о себе, образов «Я». Исходя из позиции В. Казанской, можно сделать вывод о том, что целостное представление подростка о себе складывается из нескольких компонентов, таких как: компетентность в учебе, социальные роли и их проявление, физические навыки, физические данные, поведение. В подростковом возрасте самооценка появляется как элемент социального сравнения. [6].

В данном возрасте ведущей является социально-значимая деятельность, то есть интимно-личностное общение. Подросток ищет возможность самореализации, проявления своей индивидуальности. Поэтому в данный возрастной период наибольшее внимание следует уделить учебной деятельности подростков.

Учебная деятельность школьников, как известно, всегда полимотивирована. То есть, для её определяют не один, а несколько мотивов, которые основаны на потребностях. Потребности сами по себе не побуждают непосредственно к процессу учения, но оказывают влияние на формирование мотивов учения. Мотивы могут в значительной мере предопределять и объяснять поведение ученика. «Мотивы – это осознанные причины и побуждения деятельности» [5]. Мотивация представляет собой совокупность мотивов. Мотивация учения – комплекс факторов, определяющих мотивационную тенденцию ученика, которая в зависимости от его образовательных намерений и внешних причин может либо активизировать, либо тормозить его учебную деятельность [2]. Деятельность всегда является полимотивированной, то есть она зависит от большого количества мотивов. Формирование мотивации является одной из центральных задач педагогики. При этом необходимо учитывать возрастные особенности школьников [3].

Формирование и повышение мотивации учения, безусловно, является одной из актуальных проблем педагогики и современной школы. Большинство учителей сталкиваются с проблемой отсутствия учебной мотивации у школьников, что отрицательно сказывается на процессе обучения в целом. Наибольшие трудности в учебной деятельности начинаются в подростковом возрасте. Этот период характеризуется снижением мотивации учения, что можно объяснить рядом причин [2].

Во-первых, согласно Д.Б. Эльконину, в подростковом возрасте ведущей деятельностью является интимно-личностное общение, а не учение, как было в начальной школе. Во-вторых, согласно мнению отечественных психологов Л. С. Выготский, Д. Б. Эльконин, одним из центральных новообразований этого периода является чувство взрослости, выражающееся в стремлении к независимости, самостоятельности, в утверждении своего личностного достоинства. В-третьих, у подростков происходит увеличение интереса к окружающему миру, а также увлеченность общением со сверстниками.

Ещё один фактор, оказывающий влияние, на изменение учебной деятельности школьников, является акцентуации личности в подростковом возрасте.

Характер формируется в течение жизни. И в подростковом возрасте характер ещё не сформирован и можно говорить лишь об отдельных акцентуированных чертах. То есть, акцентуации характера. Термин «акцентуация» в 1968 году ввёл немецкий психиатр Карл Леонгард, который употреблял его в словосочетаниях «акцентуированная личность» и «акцентуированная черта личности». Он описывает акцентуации как чрезмерно усиленные индивидуальные черты личности, обладающие тенденцией к переходу в патологическое состояние в неблагоприятных условиях [7]. Акцентуации развиваются в период становления характера и сглаживаются с повзрослением. Акцентуации характера не зависят от биологических свойств индивида, от природной и окружающей среды. Акцентуации характера – это крайние варианты нормы, при которых отдельные черты характера чрезмерно усилены, вследствие чего обнаруживается избирательная уязвимость в отношении определенного рода психогенных воздействий при хорошей и даже повышенной устойчивости к другим.

У подростков от типа акцентуации характера зависит много – особенности нарушений поведения, острые аффективные реакции и неврозы.

В зависимости от степени выраженности акцентуаций, А. Е. Личко было выделено две степени акцентуации характера: явная и скрытая [8].

Явная акцентуация. Эта степень акцентуации относится к крайним вариантам нормы. Она отличается наличием довольно постоянных черт определенного типа характера. Второй вид акцентуации – это скрытая акцентуация. Согласно Личко А. Е., эта

степень акцентуации относится к варианту нормы. Данные черты характера в повседневной жизни обычно не проявляются. Хотя могут неожиданно проявиться под влиянием каких-то психических травм. Но они не оказывают существенного влияния на поведение индивида и его социальную деятельность. Данные выводы и являются основой для нашего исследования [8].

Исследование проводилось на МОУ СОШ № 37 города Белгорода. В исследовании принимали участие ученики 8-х классов, в количестве 30 человек.

Исследование проводилось в виде анкетирования. Детям предлагалась выполнить два теста, направленных на изучения акцентуации личности подростка и особенностей их учебной мотивации. Для нашего исследования были выбраны следующие методики.

Опросник Шмишека – личностный опросник, который предназначен для диагностики типа акцентуации личности, является реализацией типологического подхода к ее изучению. Опубликован Г. Шмишеком в 1970 г.

Методика состоит из 88 вопросов, на которые требуется ответить «да» или «нет». Разработан также сокращенный вариант опросника. С помощью данной методики определяются следующие 10 типов акцентуации личности (по классификации К. Леонгарда).

Максимальный показатель по каждому типу акцентуации - 24 балла. Признаком акцентуации считается показатель выше 12 баллов.

Вторая методика изучения мотивации учения старшеклассников Окунева Ольга Юрьевна, Васильева Любовь Андреевна. Данная методика позволит нам определить уровень мотивации учения подростков и доминирующие у них мотивы учения.

В ходе исследования было выявлено, что для подросткового возраста характерны такие мотивы учения как познавательный мотив, социальный мотив, мотив избегания неудач, мотив достижения успеха. Эти мотивы являются у подростков ведущими. Вторая методика была направлена на выявление акцентуаций характера. Мы получили следующие результаты. У 8% педантичный тип акцентуации, гипертимный выявлен у 15% подростков, дистимический у 23%, эмотивный тип характерен для 27% испытуемых, циклотимический у 19% подростков, демонстративный и застревающий типы акцентуаций характера выявлены у 4% подростков. Охарактеризовав всю нашу выборку школьников подросткового возраста, то можно сделать вывод о том, что у современных подростков даже с разным типом акцентуации характера наиболее часто встречаются такие ведущие мотивы как: личностный смысл учения, мотив целеполагания и внутренняя мотивация учения. Слабо распространены в среде подростков познавательные мотивы и мотивы ориентации на успех.

Нами был проведен корреляционный анализ для выявления достоверных связей между учебными мотивами и типами акцентуации личности. Наша гипотеза о том, что существует взаимосвязь между особенностями мотивации учения подростков и акцентуациями характера подростков не подтвердилась, достоверные связи не были обнаружены. Из этого следует сделать вывод, что возможно существуют другие факторы, от которых будет зависеть то, какой учебный мотив является ведущим. Такими факторами могут выступать: индивидуальный стиль деятельности педагога, его личностные особенности, стиль семейного воспитания, социальное окружение подростка. Для подтверждения данной гипотезы необходимы новые исследования, которые мы можем продолжить в дальнейшей нашей работе.

Но мы в ходе качественного анализа выявили, что у подростков с эмотивным типом акцентуации личности доминирует внутренний мотив учения; для подростков с дистимическим и демонстративным типом акцентуации ведущим мотивом будет мотив избегания неудач; у подростков с циклоидным и гипертимным типом акцентуации личности доминирует мотив личностного смысла учения. Следовательно, можно сделать вывод, что наше предположение оказалось верным.

Литература

1. Варганова, И. И. К проблеме мотивации учебной деятельности/ И.И. Варганова // Вестник МГУ. – Сер 14. Психология. – 2000. – №4. – С. 21-34.
2. Возрастная педагогическая психология: Хрестоматия / Сост. И.В. Дубровина, А.М. Прихожан, В.В. Зацепин. – М.: Академия, 2001. – 368 с.
3. Зеер, Э.Ф. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: учебн. пособие/ Э.Ф. Зеер, А.М. Павлова, Э.Э Сыманюк. – Москва: Московский психолого-социальный, 2005. – 178 с.
4. Иванов, Н.Я., Личко, А.Е. Патохарактерологический диагностический опросник для подростков / Н.Я. Иванов, А.Е. Личко. –М.: Фолиум, 1995. – 64 с.
5. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы/ Е.П. Ильин. – СПб.,; Питер, 2008. – 512 с.
6. Казанская, В. Подросток. Трудности взросления / 2-е издание, дополненное / В. Казанская. – Спб: Питер. – 2008. – 89 с.
7. Леонгард, К. Акцентуированные личности / К. Леонгард. – Ростов н/Д: Изд-во ЛРНЦ «Феникс», 2000. – 544с.
8. Личко, А.Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков / А. Е. Личко. – Л.: Медицина, 1983. – 142 с.
9. Лукьянова, М. Учебная мотивация как показатель качества образования / М. Лукьянов // Народное образование. – 2001. – №8. – С. 32.
10. Маркова А.К. Формирования мотивации учения в школьном возрасте / А.К. Маркова. – М., 1983. – 151 с.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ С УРОВНЕМ СУБЪЕКТИВНОГО КОНТРОЛЯ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ

А. С. Бобылева

*студентка кафедры общей и клинической психологии
факультета психологии НИУ «БелГУ»
4 курс*

*Научный руководитель Н.С. Ткаченко
кандидат психологических наук,*

доцент кафедры возрастной и социальной психологии НИУ «БелГУ»

На сегодняшний день этап развития российского общества, характеризующийся значительными социально-экономическими изменениями, предъявляет к личности молодых людей совершенно иные, чем ранее, требования. На первый план выступает человек самостоятельный и ответственный в решении многих жизненных проблем, активный и инициативный в определении своего места и своего назначения в жизни, уверенный в себе и успешный в социально признаваемой и одобряемой деятельности [1]. Формированию личности такого человека способствует, к примеру, склонность приписывать ответственность за результаты своей деятельности собственным способностям и усилиям. Иными словами, на способность старшего школьника к изменению обстоятельств собственной жизни, самоизменению, проявляющемуся в выборе жизненного пути и профессиональных приоритетов оказывает не малое влияние его собственный тип локализации контроля.

Кроме Дж. Роттера проблему локуса контроля экспериментально исследовали такие зарубежные ученые как Г. Бир, Р. Вулри, Д. Уотсон, Э. Боумел, Н. Т. Визер, Ф. У. Вессман, С. Тайер и др. В отечественной психологии свои исследования посвятили феномену локуса контроля многие ученые: К. Муздыбаев, Е.А. Бажин, А.И. Крупнов, К.Д. Дмитриев, Г.П. Цейтина, А.М. Эткинд и др.

Общепризнано, что процесс внешнего и внутреннего взаимодействия с родителями продолжается на протяжении всей жизни ребенка [2]. Тип родительского отношения и соотношение его структурных компонентов определяется как индивидуальными особенностями родителей, так и возрастом ребенка. Данной проблемой занимались такие

отечественные ученые как Л. С. Выготский, Д. Б. Эльконин, М. И. Лисина, В. И. Гарбузов, Д. Н. Исаев, А. И. Захаров, Э. Г. Эйдемиллер, О. А. Карабанова, И. С. Кон, Г. Г. Филиппова, А. Я. Варга и др.

Одной из главных особенностей юношеского возраста, по мнению И.С. Кона является смена значимых лиц и перестройка взаимоотношений с взрослыми. Юноши и девушки часто рефлексируют на тему «Мы и взрослые» [3].

Старшие школьники стремятся избежать контроля и опеки, установленных правил и порядков родителей, однако самым важным и влиятельным фактором социализации для юношей и девушек остается родительская семья.

Иными словами, жизненный путь ребенка предопределяет в том числе внутрисемейная атмосфера, эффект которой она оказывает «накапливается с возрастом, преломляясь в структуре личности» [3].

Но, несмотря на убедительность приведенных фактов, данные о характере взаимосвязи детско-родительских отношений и уровня субъективного контроля старших школьников отсутствуют, что обусловило актуальность настоящего исследования.

Мы провели исследование, направленное на изучение взаимосвязи детско-родительских отношений с уровнем субъективного контроля старших школьников. В основу данного исследования легло предположение о том, что существует связь между особенностями детско-родительских отношений и уровнем субъективного контроля старших школьников, а именно: взаимодействие родителей и ребёнка определяет уровень субъективного контроля последнего над любыми эмоционально положительными, отрицательными ситуациями, над способностью вызывать уважение и симпатию других людей, над здоровьем, а так же организацией собственной учебной деятельности.

В ходе проведения исследования мы использовали следующие методики: опросник для изучения взаимодействия родителей с детьми И. Марковской, методика «Уровень субъективного контроля» (УСК) Дж. Роттера для определения степени ответственности старших школьников за свои поступки и свою жизнь. Статистическая обработка данных проводилась с использованием непараметрического математического метода коэффициента ранговой корреляции r_s -Спирмена на основе пакета статистических программ «IBM SPSS Statistics 19».

Исследование проводилось на базе МБОУ «Ивнянская СОШ №1» Белгородской области, п. Ивня. В нём приняли участие 40 человек, из них 20 учащихся десятых классов в возрасте от 16 до 17 лет и их родители – 20 человек.

В результате исследования было выявлено 6 статистически значимых отрицательных связей, а именно:

Между показателями по шкалам «общая интернальность» и «нетребовательность-требовательность» (отрицательная корреляция на достоверном уровне значимости [$p < 0,05$]): чем требовательнее родитель по отношению к ребенку, тем ниже уровень субъективного контроля ребенка над любыми значимыми ситуациями.

Между показателями по шкалам «общая интернальность» и «удовлетворенность отношением с ребенком» (отрицательная корреляция на достоверном уровне значимости [$p < 0,05$]): чем больше родитель удовлетворен отношением с ребенком, тем ниже уровень субъективного контроля ребенка над любыми значимыми ситуациями.

Между показателями по шкалам «интернальность в области достижений» и «нетребовательность-требовательность» (отрицательная корреляция на достоверном уровне значимости [$p < 0,05$]): чем выше требования родителя к ребенку, тем ниже уровень субъективного контроля над эмоционально положительными событиями.

Между показателями по шкалам «интернальность в области неудач» и «удовлетворенность отношением с ребенком» (отрицательная корреляция на достоверном уровне значимости [$p < 0,05$]): чем выше удовлетворенность родителя отношением с ребенком, тем менее развито чувство субъективного контроля по отношению к отрицательным событиям и ситуациям.

Между показателями по шкалам «интернальность в области производственных отношений» и «удовлетворенность отношением с ребенком» (отрицательная корреляция на

достоверном уровне значимости [$p < 0,05$]): чем выше удовлетворенность отношением родителя с ребенком, тем менее важным фактором для ребенка являются собственные действия в организации учебной деятельности.

Между показателями по шкалам «интернальность в области межличностных отношений» и «нетребовательность-требовательность» (отрицательная корреляция на высоком уровне значимости [$p < 0,01$]): чем выше требовательность родителя по отношению к ребенку, тем менее способным вызывать уважение и симпатию других людей чувствует себя ребенок.

Таким образом, между детско-родительскими взаимоотношениями и уровнем субъективного контроля старших школьников существует статистически значимая взаимосвязь.

Литература

1. Монахова И.А. Психологические особенности самопонимания в старшем школьном возрасте: автореф. дисс... канд. психол. н. / И.А. Монахова – Астрахань: АГУ, 2002. – С. 27.
2. Собкин В.С. Влияние родительской стратегии на эмоциональное состояние ребенка / В.С. Собкин // Вопросы психического здоровья детей и подростков – 2003. – №2. – С. 25-32.
3. Кон, И.С. Психология ранней юности / И.С. Кон – М.: Просвещение, 1989. – 256 с.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОЯВЛЕНИЯ АГРЕССИВНОСТИ И КОНФЛИКТНОСТИ ПОДРОСТКОВ, ВОСПИТЫВАЮЩИХСЯ В СЕМЬЯХ С РАЗНЫМИ СТИЛЯМИ СЕМЕЙНОГО ВОСПИТАНИЯ

Т.А. Власова,

*студентка кафедры общей и клинической психологии
факультета психологии НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель Н.С. Ткаченко

*кандидат психологических наук,
доцент кафедры возрастной и социальной психологии НИУ «БелГУ»*

В настоящее время одной из глубоких проблем современного общества является проблема взаимодействия родителей с детьми. Включенность в семью перестала быть ценным и необходимым фактором духовного и физического выживания. Личность получила относительную независимость от семьи, изменился характер восприятия детско-родительских отношений. Происходит сдвиг фокуса с благоприятных ценностей семьи на бесценность семейного авторитета, люди перестают считаться с интересами других людей, проявлять уважение к ним.

В связи с этим человек становится озлобленным, ожесточенным, агрессивным. Поэтому для психологии в настоящее время актуальным является вопрос о агрессивном поведении личности. Проблемой агрессивности в психологии посвящены работы как отечественных психологов, таких как: Г.М. Андреева, В.В. Знаков, С.В. Ениколопов, Л.П. Колчина, И.Д. Левитов, Е.В. Романин, С.В. Рошин, Т.Г. Румянцева [1, 5], в том числе и рассматриваются особенности деликвентного поведения подростков М.А. Алемаскином, С.А. Беличевой, Г.М. Миньковским, И.А. Невским, Т.Н. Курбатовой. Зарубежные ученые также внесли большой вклад в данную проблематику общества: А. Бандура, А. Басса, Л. Берковец, С. Розенцвейг, а также З. Фрейд, А. Адлер, Э. Фромм, К. Хорни, У. Шутц [2].

Агрессивность понимается с разных психологических подходов. Например, с точки зрения психоаналитического подхода З.Фрейд рассматривает агрессивность как

естественное качество личности, А. Адлер считает, что агрессивность - это качество, которое свидетельствует о патологическом перерождении личности [3].

А. Бандура, например, считает, что агрессия есть результат искажённого процесса социализации, в частности, злоупотребление родителями наказаний, жестоким отношением к детям [2].

По мнению Э. Квятковской - Тохович, причиной агрессивности выступают конфликтность, нарушение эмоциональных связей в семье, таким образом, на первый план выступают условия семейного воспитания в детстве [5].

Агрессивное поведение типично для любого возраста. Однако, исследовательский интерес обращает внимание к проблеме агрессивности в подростковом возрасте. Это связано с тем, что в данный возрастной период происходит смена «старой» социальной ситуации развития на «новую». На этом этапе у детей появляется чувство взрослости – ощущение себя взрослым человеком. Возникает страстное желание если не быть, то хотя бы казаться и считаться взрослым. Отстаивая свои новые права, подросток ограждает многие сферы своей жизни от контроля родителей и часто идет на конфликты с ними. Психологами уже описаны особенности проявления агрессивного поведения детей дошкольного возраста (И.А. Фурманов), особенности проявления агрессивное поведение у представителей разного пола (Е.Маккоби и С.Джеклин). Но во взаимосвязи со стилями семейного воспитания проявления агрессивности подростков описаны недостаточно. В тоже время стили воспитания оказывают фундаментальное влияние подростков в целом, так как семья является первичным и необходимым условием формирования эмоционально-стабильной, жизнеспособной, творчески-ориентированной личности [2].

В нашем исследовании использовались следующие методы: эмпирические (измерение); методы обработки данных (методы описательной статистики, корреляционный анализ); методы интерпретации (структурный и генетический). Обработка данных осуществлялась с помощью программного обеспечения статистического анализа SPSS_13.0. Методики исследования: методика «Личностная агрессивность и конфликтность» Е.П. Ильина, П.А. Ковалева и опросник «Взаимодействие родитель – ребенок» (ВРР) Марковской И.М. Для подтверждения гипотезы применяется непараметрический метод как ранговый коэффициент Спирмена. Данный метод был выбран в связи с тем, что по некоторым показателям наших методик распределение признаков были не близким к нормальным. Обработка данных осуществлялась с помощью программного обеспечения статистического анализа SPSS_13.0. База исследования: МБОУ «Казацкая средняя общеобразовательная школа» Красногвардейского района Белгородской области испытуемые в количестве 58 человек, из них – 29 подростков и 29 родителей.

В результате полученных данных было установлено, что в подростковом возрасте агрессивность и конфликтность данной выборки испытуемых неярко выражена. Испытуемым присуще как доброжелательность, жизненная энергичность, настойчивость, упрямство, умение выслушать окружающих, решительность в принятии и реализации своих целей, терпимость во мнениях, так и недоверие близким, сомнение, обидчивость на мелочи, они могут увидеть оскорбление там, где его нет, не умеют бодро сносить неудачу, для них характерно осторожность в отношениях к кому-либо, чему-либо.

В соответствии с задачами исследования, мы установили, что родители поддерживают позитивное отношение к своим детям, наблюдается удовлетворенность отношениями с обеих сторон, родители обладают уверенностью, несут большую ответственность, испытывают удовольствие в воспитании детей, они открыты и доверчивы, эмоционально уравновешены, снисходительны к своим детям, постоянны в своих требованиях и поощрениях, принимают личностные качества и поведенческие проявления ребенка. Принятие ребенка как личность является важным условием его благоприятного развития. Дети, в свою очередь, близки к родителям, желают делиться с ними самым сокровенным и важным.

В ходе эмпирического исследования, мы выяснили, что проявление недоверия, сомнения, осторожности со стороны подростка способствует снижению мягкости родителей к ребенку, которое проявляется в строгости мер, применяемых к нему, жестокости, требовательности. Тем самым дети отдаляются от родителей, не имеют желания делиться самым важным, не умеют отстаивать своих желаний, прав. И наоборот, если родители положительно взаимодействуют с детьми, учитывают мнение ребенка, его интересы и взгляды, рассматривают его как личность, то дети в большей степени проявляют активность в реализации целей, поставленных задач, они более настойчивы, храбры в поступках, в высказывании своего мнения.

Таким образом, гипотеза, выдвинутая нами в начале исследования, подтверждается, существует взаимосвязь между подозрительностью, вспыльчивостью подростков с мягкостью-строгостью родителей, а также между обидчивостью, мстительностью, напористостью, неуступчивостью, бескомпромиссностью подростков с эмоциональной дистанцией-близостью, автономностью-контролем, отвержением-принятием и авторитетностью родителей.

Литература

1. Абрамова, Г.С. Возрастная психология. Учебное пособие для студ. вузов. – 4-е изд., стереотип / Г.С. Абрамова. – М.: Издательский центр «Академия», 1999. – 405 с.
2. Бардиан, А.М. Воспитание детей в семье / А.М. Бардиан. – М.: Просвещение, 1983. – 422 с.
3. Бандура, А., Уолтерс Р. Подростковая агрессия / А. Бандура, Р. Уолтерс. – М. 2000. – 371 с.
4. Азаров, Ю.П. Семейная педагогика / Ю.П. Азаров. – М.: Норма, 2003. – 249 с.
5. Божович, Л.И. Проблемы формирования личности / Л.И. Божович. – М.: Воронеж, 1995. – 322 с.

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ КАНДИДАТА ПРИ ПРИЕМЕ НА РАБОТУ КАК ЭЛЕМЕНТ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

К.В. Воробьева,

*студентка кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»,
2 курс*

*Научный руководитель И.В. Мамина,
ассистент кафедры социальных технологий
института управления НИУ «БелГУ»*

После получения высшего образования, каждый из нас столкнется с прохождением собеседования при приеме на работу, поэтому тема поиска работы и прохождения на желаемую должность становится все более актуальной, а итогом этих действий является решение руководства, которое напрямую зависит от самопрезентации кандидатов.

Организация – сложный организм. В нем переплетаются и уживаются интересы личности и групп, стимулы и ограничения, жесткая технология и инновации, безусловная дисциплина и свободное творчество, нормативные требования и неформальные инициативы. Для того, чтобы контролировать все эти изменения и существует организационно-управленческий процесс, в свою очередь, это особая совокупность отдельных видов деятельности, направленных на упорядочение и координацию функционирования и развития организации и ее элементов в интересах достижения стоящих перед ними целей [1]. Следует проанализировать один из основных аспектов этого процесса – управление трудовыми ресурсами, а именно прием на вакантные должности новых сотрудников.

Рассматривая процесс подбора кадров, на примере рынка труда города Белгорода можно отметить высокий спрос на человеческие ресурсы (исходя из официальных данных, уровень безработицы составляет около 5-х процентов), который, с одной стороны, объясняет рост доходов персонала (рост оплаты труда в 2012 году составил 19%), и снижение мотивированности работника, с другой [2]. В городе, как и по стране, наблюдается «кадровый голод». Это обуславливает ряд закономерных причин:

1. Демографическая «яма» (представители самого активного работоспособного населения на предприятиях считаются одних самых ценных);
2. Отсутствие профессионально-технической подготовки в 90-е годы (во время перестройки люди, несмотря на риски, стремились заработать наиболее быстрым путем, чаще всего – торговлей, а получение образования являлось второстепенной целью);
3. Несоответствие подготовки в ВУЗах требованиям рынка.

Для решения этих проблем организационно-управленческий процесс возлагает на себя ряд задач, направленных на решение этих трудностей. И самой основной является процесс подбора наиболее подходящего персонала.

Если взглянуть на процесс подбора кадров в контексте организационно-управленческого процесса организации, то, несмотря на многообразие используемых технологий, процедура выборки кандидатов имеет несколько стандартных этапов:

1. Планирование количественных необходимых сотрудников – с учетом плана стратегического развития;
2. Описание профиля вакантных должностей;
3. Организация поиска кандидатов с использованием внутренних и внешних источников и нестандартных подходов;
4. Первичный отбор кандидатов (анализ резюме, телефонное интервью, анализ анкет);
5. Вторичный отбор (тестирование, собеседование, кейс-методы и пр.)
6. Принятие решения о принятии на работу;
7. Оформление трудового договора и проведение программы адаптации.

Искусство подбора персонала предполагает достаточно обширный выбор методик оценивания кандидатов. Что стоит применять, зачастую решается на уровне специфических предпочтений руководящих членов компании и службы персонала, выделенного бюджета и целесообразности использования. Но, тем не менее, интервью с соискателями – то есть собеседованию, отдают предпочтение подавляющее большинство отечественных кадровиков [3].

Собеседование – это отбор на основе определенных объективных критериев подходящего для определенной должности человека. Собеседование помогает как организации, так и кандидатам. В первом случае, это помощь в оценке кандидатов на соответствие той или иной должности. А во втором случае, помогает им сделать выводы об организации как о будущем месте работы.

Но для эффективной работы с кандидатом, для начала стоит разобраться во всех аспектах самого собеседования, как действия, при котором происходит встреча нанимателя и потенциального работника. Цель любой такой встречи - понять, насколько кандидат соответствует образу идеального исполняющего обязанности на рассматриваемой вакансии[4].

Очень важно для соискателя понимать, что собеседование - это своеобразный процесс продажи, где нужно продемонстрировать все свои конкурентные преимущества, как профессиональные, так и личностные, нужно «зацепить» работодателя или консультанта по подбору персонала (рекрутера). Как и любое действие, собеседование имеет особенную структуру, а именно:

1. Установление контакта. Задача интервьюера – создать хорошее впечатление о компании, дать возможность соискателю расслабиться;
2. Краткий разговор о компании;
3. Непосредственно собеседование: кандидат отвечает на вопросы и выполняет ряд ситуационных задач;

4. Кандидату предоставляется возможность задать интервьюеру интересующие его вопросы;
5. Реклама вакансии, чтобы не упустить ценного сотрудника (этап может отсутствовать, если кандидат не интересен компании);
6. Обсуждение алгоритма дальнейшего взаимодействия.

Исходя из структуры, первое, что происходит между работодателем и соискателем – установление контакта. И на этом этапе доминирующей составляющей является имидж кандидата. Имидж, в свою очередь, ничто иное, как отражение индивидуальности каждого соискателя, то, что осознанно выбирается каждым человеком и складывается он из поведения, манер, а также внешности человека [5]. Имидж должен отражать не только внешний вид каждого соискателя, но и его индивидуальность. Следовательно, установление зрительного контакта и оценка образа – это основа первого впечатления.

Поэтому важно продумать стиль одежды до собеседования. К примеру, если это кандидатура в финансовом предприятии, необходимо выбирать деловую форму одежды, если это интервью в более творческую организацию, можно позволить себе одеться свободнее.

Второй и третий этап собеседования – самые решающие. Именно здесь испытуемый доказывает свою профессиональную пригодность. Но глубокой осведомленности и знаний зачастую недостаточно, так как, по мнению психологов, невербальные знаки в общении гораздо более важны, нежели обычный язык. Согласно исследованиям, по степени влияния на аудиторию лидируют жестово-мимические средства выразительности, на которые приходится 55% воздействия, в то время как естественному языку принадлежит лишь 7%. А на так называемый «параязык» (интонации, паузы, вздохи и т.д.) приходится 38% влияния [6].

К тому же, наши невербальные послы часто опровергают то, что мы говорим. Поэтому большинство опытных и внимательных интервьюеров доверяют манерам больше, чем словам.

Поскольку невербальная коммуникация точнее и искреннее слов, многие наши жесты и манеры могут запросто разоблачить нашу внутреннюю неуверенность. Словами можно обмануть, потому что словесные средства общения находятся в поле нашего сознания, в то время как язык тела – это знаковая система бессознательного. Он плохо контролируется либо не контролируется вовсе, показывая наши истинные чувства и намерения [7].

Таким образом, можно сделать вывод, что возрастание роли человеческого фактора в развитии организации выдвинуло организационно-управленческий процесс в число важнейших видов управленческой деятельности. В свою очередь, самопрезентация кандидата при приеме на работу – это один из важнейших элементов организационно-управленческого процесса, который охватывает все стадии приема на работу новых сотрудников: от планирования их количества до проведения адаптации. И разбирая самопрезентацию в ходе собеседования необходимо уточнить равнозначность каждого аспекта поведения. Тем не менее, есть определяющие на каждом этапе интервью. При установлении контакта – это имидж или образ кандидата, при непосредственной беседе и последующих этапах, касающихся коммуникативной стороны и проверки знаний испытуемого, – это уровень квалификационной подготовки, умение грамотно выражать свои мысли и, кроме того, особенно стоит подчеркнуть значение невербальных средств коммуникации.

Литература

8. Румянцев, А. А. Эффективное управление / А. Румянцев // Принятие обоснованных и оптимальных решений, интеллект и логика. – Краматорск: ООО «Контраст», 2003. – 150 с.
9. Опрос, проведенный компанией «HeadHunter»: Уровень зарплат по Белгороду [Электронный ресурс]. URL: <http://belgorod.hh.ru/article/30#2011> (дата обращения: 23.10.2013).

10. Иванова, С. Искусство подбора персонала / С. Иванова // Как оценить человека за час. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 269 с.
11. Иванова, С. Как найти своих людей / С. Иванова // Искусство подбора и оценки персонала для руководителя. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 174 с.
12. Панасюк, А. Формирование имиджа / А. Панасюк // Стратегия, психотехнологии, психотехники. – М.: ОМЕГА-Л, 2008. – 266 с.
13. Биркенбил, В. Язык интонации, мимики, жестов / В. Биркенбил. – М.: Дело, 2007. – 176 с.
14. Морозов, В. П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация / В. П. Морозов. – М.: ИП РАН, Центр Искусство и наука, 2008. – 189 с.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Ю.Н. Воскобоева,

*студентка кафедры бухгалтерский учет и аудит
института ФГБОУ ВПО «Орел ГАУ»,
3 курс*

*Научный руководитель А.С. Волчёнкова,
старший преподаватель*

*кафедры организации предпринимательской деятельности и менеджмента в АПК
ФГБОУ ВПО Орел ГАУ*

Современный мир, представляющий собой коммуникативную систему, элементом которой является тот или иной хозяйствующий субъект, который функционирует в условиях жесточайшей конкурентной борьбы, обуславливает постановку одной единственной цели – получение прибыли. Целиком и полностью окутанные современными технологиями, казалось бы, руководители и собственники бизнеса должны практически полностью исключить человеческий фактор на протяжении всего производственного процесса. Однако еще ни одно производство не может обойтись без самого главного ресурса – человека. Именно он является носителем и создателем любого современного знания, выступая неким накопителем. Данный процесс выражается в создании и развитии человеческого капитала.

Человеческий ресурс не иссекаем. Знания, передающие из поколения в поколение, постоянно совершенствуются и умножаются. Умение грамотно и целенаправленно использовать накопленный опыт, и отличает человеческий ресурс от бездушных механизмов, придуманных опять таки, человеческим ресурсом, для упрощения своей деятельности. Именно поэтому, конкурентные преимущества, как всей страны, так и отдельного предприятия сегодня во многом определяются умением грамотно и четко распределить человеческий ресурс по всем областям деятельности.

По расчетам Всемирного банка, в составе национального богатства США основные производственные фонды (здания и сооружения, машины и оборудование) составляют всего 19%, природные ресурсы – 5%, человеческий капитал – 76% [1]. В Западной Европе соответствующие показатели - 23, 2 и 74%. В России – 10, 40 и 50%. Кроме того, растут вложения в человеческие ресурсы, что обуславливает важность проблемы их окупаемости [1].

В любой экономической деятельности, человеческий ресурс, его объем, качество и формы использования, выступает фактором экономического роста, конкурентоспособности и эффективности [2].

Грамотное управление человеческими ресурсами, помогает добиться наивысших результатов в работе любого предприятия. Человек в данном контексте является

связующим звеном единого целого рабочего механизма. Использование трудового потенциала каждого работника, необходимо строить так, чтобы наниматель мог получать максимально возможную выгоду от его умений и навыков, а работник – максимально возможно материальное и психологическое удовлетворение от своего труда.

Таким образом, управление человеческими ресурсами – это проектирование формальных систем организации, которые обеспечивают эффективное использование человеческих знаний, навыков и талантов для достижения организационных целей. Человеческие ресурсы представляют собой совокупность знаний, опыта, навыков, способностей, контактов и мудрости людей, работающих в организации.

Что касается российской действительности, то человеческий ресурс явно недооценивается. На этапе становления, наша страна потеряла огромное количество трудовых резервов. После развала страны, в 90-е годы сложилась такая система, при которой человеческий ресурс перестал быть капиталовложением. Недооценивание, отсутствие мотивации и материального вознаграждения работников, привело к значительному оттоку квалифицированных кадров за рубеж. Вместе с этим снизился и человеческий капитал всей страны. В результате Россия отстает по уровню производительности труда от других экономически развитых стран мира в 10 и более раз.

Поэтому повышение производительности труда – это важнейшая национальная задача, поскольку экономический рост экономики страны в долгосрочной перспективе обеспечивается именно этим показателем. В Концепции долгосрочного развития Российской Федерации до 2020 г. на ближайший период поставлена задача - повысить уровень производительности труда в основных секторах экономики в четыре раза. Это в свою очередь обуславливает поиск эффективных путей решения этой проблемы [3].

Таким образом, на современном этапе, возникает необходимость возрождать человеческий капитал страны и формирование механизма управления человеческим капиталом, который позволил бы выработать российский подход к управлению человеческими ресурсами, учитывающий особенности развития экономики и менталитет российского народа.

Для этого необходимо рассмотреть данную проблему с разных сторон.

Во-первых, управление человеческими ресурсами необходимо начинать с законодательного регулирования. На данном этапе, происходит постепенное становление правовых отношений между работником и работодателем. Совершенствуются нормативные документы, направленные на регулирование трудовых отношений, а это нормирование: минимальной оплаты труда, трудового распорядка, прав и обязанностей работника и работодателя, страхование и т.д. Все это, значительно повышает мотивационный аспект любого трудового отношения и приводит к положительным результатам экономики страны в целом.

Во-вторых, любой кадровый потенциал, не может существовать без качественного и квалифицированного образования. Это касается, как и работника, так и работодателя. Образование работника, существенный фактор в развитии любой фирмы, а умение правильно управлять, «образованным работником» – главная задача любого руководителя. Сейчас существует огромное количество высших и средних учебных заведений, готовящих специалистов разных специальностей, еще большее количество все различных курсов, тренингов и семинаров, помогающих качественно использовать умение и опыт человеческого трудового потенциала, и значительно способствуют трудоустройству. Помощь государства в этом вопросе не оценим, ведь зачастую складываются такие ситуации, что молодые специалисты, выпускники вузов не могут найти работу по специальности. Их потенциал попросту не может раскрыться без опыта работы, и работодатели не расценивают их как капиталовложение. И наоборот, безграмотные управленцы, попросту не могут правильно употребить человеческий ресурс в нужном направлении, отсюда складываются такие ситуации, при которых нормальное развитие предприятия, а значит получение взаимной выгоды, обрекает себя на полный крах.

И в третьих, управление человеческим ресурсом, невозможно без создания новых рабочих мест. Это касается и микро климата в уже сложившемся предприятии, и масштабного в рамках страны в целом. В рамках уже сложившейся микросистемы, существование таких понятий реализующихся на практике, как например, карьерный рост значительно способствует к повышению производительности человеческого потенциала. Ведь создание новых условий для максимальной реализации способностей работников, способствует достижению глобальной цели организации [4]. На уровне страны, создание новых предприятий и дальнейшее стимулирование их различными целевыми программами (налоговые льготы, микро и макро кредитование ...), способствует увеличению общего количества рабочих мест и максимальному использованию трудовых резервов, а значит и обуславливается необходимостью в новой квалификационной рабочей силе.

Все эти три направления, не могут существовать отдельно друг от друга, а, безусловно, только дополнять и в целом, являться решающим фактором в управлении человеческим ресурсом. Безусловно, существует различное множество систем, включающих в себя взаимосвязанные и взаимозависимые подсистемы создания, использования и развития трудовых ресурсов, но все они сводятся к определенным и общим понятиям, таким как предоставление работникам возможности получения и повышения образования, ротации кадров и делегировании полномочий, планировании и развитии карьеры и многое другое.

Капитализация человеческого фактора и формирование общественного капитала напрямую зависят от способности индивидов и сообществ к освоению нового, восприятию и индукции инновационного. Прорыв в будущее страны и нации в глобальной ситуации смены ведущего технологического уклада и формирования класса новых массовых идентичностей невозможен без смены ведущей антропологической модели. Однако нынешняя ситуация в России – с точки зрения условий развития человека – представляет удручающую картину. Трудности переходного периода усугубляются отсутствием четкой и целостной стратегии развития, поэтому настоятельно требуется выработка стратегии, ориентированной на развитие человека. И здесь нельзя не согласиться с А. И. Солженицыным в том, что наша национальная идея – это «сбережение народа» [5].

Таким образом, человеческий ресурс как инновационная составляющая развития становится стратегическим конкурентным преимуществом. Появляется необходимость научиться управлять человеческими ресурсами в системе корпоративного управления, эффективно использовать знания, навыки и умения персонала, развивать потенциальные возможности сотрудников.

Литература

1. Волчёнкова, А. С., Прока, Н. И. Сравнительный анализ уровня производительности труда в аграрном секторе экономики / А.С. Волченкова, Н.И. Прока // Вестник ОрелГАУ. – 2012. – № 2 (35). – С. 106 -113.
2. Арсеньев, Ю.Н., Давыдова, Т.Ю., Моисеев, А.В., Федотов, В.А. Менеджмент персонала: управление знаниями, методы и модели, качество решений: учебное пособие / Ю.Н. Арсеньев, Т.Ю.Давыдова, А.В. Моисеев, В.А. Федотов. – Орел: ОРАГС, Т. 2. – 2009.
3. Карташова, Л.В. Управление человеческими ресурсами: учебник / Л.В. Карташова. – М.: ИНФРА-М, 2010.
4. Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник для бакалавров / В.М. Маслова. – М.: Юрайт, 2012.
5. Макарова, И.К. Управление человеческими ресурсами: пять уроков эффективного HR-менеджмента: учебник / И.К. Макарова. – М.: Дело, 2007.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Т.Л. Девицына,
*магистрант кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»
3 курс*

Е.А. Гукова,
*кандидат исторических наук, доцент
кафедры менеджмента организации
НИУ «БелГУ»*

В менеджменте персонал организации воспринимается в настоящее время как социально-экономическая категория и как практический термин. Как категория персонал выражает стремление или форму реализации демократических начал для формирования целостной социальной организации. В этом смысле употребление понятия "персонал предприятия" предполагает некоторое единство и социальную общность всех работников конкретного предприятия, что подтверждается формальными актами государственных правовых положений трудовых договоров, тарифных соглашений, а также общими правилами и регламентами для всего персонала каждой организации [1]. С практической точки зрения персонал представляет собой важнейший ресурс предприятия, эффективная реализация потенциала которого требует специальных решений в зависимости от особенностей конкретных производственных задач, решаемых каждой группой наемных работников либо отдельным работником [2].

Поэтому актуальной проблемой современного менеджмента является определение адекватных стилей и методов управления персоналом, создание эффективных систем мотивации труда работников с учетом конкретных факторов внешней и внутренней среды предприятия. Концепция кадрового потенциала тесно связана с использованием патернализма как одной из форм работы с персоналом. Патернализм – мягкое управление персоналом, в котором администрация как бы выступает на стороне работников – возник под воздействием различных факторов (стремление предупредить углубление социальных противоречий, национальных и религиозных побуждений и т.д.) как специфическая реакция администрации на улучшение взаимоотношений с персоналом.

Важно отметить, что персонал организации в качестве социальной системы формируется, видоизменяется и развивается в зависимости и в соответствии с целями владельца организации. При этом цели определяются интересами собственника и являются основой для выработки стратегии и политики управления предприятием, которые в свою очередь предполагают эффективную реализацию поставленных целей. Ведущая роль в выполнении стратегических решений по достижению этих целей принадлежит персоналу предприятия. В условиях динамично меняющейся внешней среды трудно разработать достаточно четкую стратегию, что обуславливает необходимость разработки нескольких ее вариантов. Поэтому персонал должен развиваться многосторонне с тем, чтобы он в дальнейшем мог соответствовать возможным изменениям в организации. Организации, придерживающиеся этой концепции, инвестируют в персонал значительные средства для, казалось бы, невостребованных в настоящее время качеств. Однако в дальнейшем это служит основой для завоевания новых рынков сбыта, перехода на принципиально новые технологии работы и др. [3].

Авторы стратегически ориентированной концепции, проанализировав временные и стоимостные затраты на «приобретение и совершенствование ресурсов», пришли к выводу, что в современных условиях самым дорогим и дефицитным является ресурс человеческий. В рыночных условиях не составляет проблемы приобретение материально-технических и финансовых ресурсов. В сравнении с этим приобретение ресурса труда сталкивается со сложностями экономического, социального и психологического характера, требует достаточно длительного времени для его увеличения [4].

Во-первых, это связано со специфическими требованиями к персоналу, вытекающими из условий деятельности конкретной организации. Организациям требуется персонал, который имел бы навыки и опыт работы в её специфических технологических и организационных условиях, обладал качествами, присущими её организационной культуре. Найти на свободном рынке труда персонал такого качества одновременно практически невозможно. Его формирование требует длительного времени (полное соответствие даже в оптимальном варианте наступает через 8 месяцев) и значительных усилий со стороны организации.

Вторым важным качеством человеческого ресурса является его высокая цена, которую предприниматель должен платить не только в момент его приобретения, как в случае с другими видами ресурсов, но и в процессе его использования [5].

Третьим важным качеством, обуславливающим высокое значение и сложность персонала, является его чувствительность. Поскольку персонал - это люди, то ему присущи субъективное восприятие окружающей среды, методов управления. В отличие от других видов ресурсов, персонал обладает социальными, психологическими, медико-биологическими характеристиками. Социально-психологические составляющие управления могут существенно затормозить или ускорить рост производительности труда.

Таким образом, управление персоналом как социально-экономическая категория выражает экономические, социальные, психологические и правовые отношения по поводу особой активной роли персонала в функционировании и развитии организации, в рамках которых персонал рассматривается в качестве сложного, важного, ценного и чувствительного ресурса.

Однако, вследствие новизны постановки вопроса, неразработанности проблемы объекта управления персоналом, как в отечественной, так и в зарубежной науке, в ней существует ряд дискуссионных моментов. Это касается:

- а) ограничения объекта только совокупностью работников или коллективом и невозможности рассмотрения отдельных работников в качестве объекта;
- б) ограничения объекта коллективом бригады, цеха, отдела, подразделения, то есть формально закреплённой организационной структурой предприятия;
- в) отсутствия содержательных и процессуальных форм проявления объекта.

Относительно первого замечания следует заметить, что данное ограничение существенно снижает и обедняет процессы управления персоналом [6].

Во-первых, трудно согласиться с мнением, что только весь персонал подвержен воздействию всей совокупности функций управления. Конечно, круг управленческих функций на общеорганизационном уровне шире и комплекснее. Но богаче и разнообразнее управленческие воздействия именно применительно к отдельному работнику, когда общие принципы и методы управления конкретизируются с учетом индивидуально-личностных особенностей человека, нацелены на субъективное восприятие им целей и задач организации при выполнении трудовых функций [7].

Вместе с тем, очевидно, что отдельные работники чаще всего прямо, а иногда и косвенно являются объектом реализации практически всех функций управления персоналом: общие подходы организации труда конкретизируются до уровня организации индивидуальных рабочих мест; осуществляется оценка не только деятельности коллектива, но и отдельного работника; современные системы оплаты труда ориентированы не только на результаты коллективного труда, но и стимулируют рост трудовых достижений, развитие профессионально-важных качеств отдельных работников; каждый из работников является объектом процесса отбора персонала и в дальнейшем прямо или косвенно участвует в нем; процессы мотивации и адаптации по своей сути и содержанию индивидуальны; регулирование трудовых перемещений невозможно без рассмотрения каждого конкретного работника, оценки его качеств и способностей занимать другие должности; высвобождение персонала также чаще всего (за исключением массового сокращения персонала, да и то не всегда) предполагает принятие решения по каждому отдельному работнику.

Во-вторых, в России и мировой практике разрабатываются и постоянно модифицируются системы стимулирования, направленные на установление взаимосвязи

оплаты труда и конечного результата, оплаты в зависимости от прибыли организации, что призвано расширить сферу трудовой и творческой активности персонала за рамки отдельного рабочего места. На решение этой проблемы направлены, в том числе и системы мотивации, в которых успехи деятельности всего предприятия являются условием стабильности и гарантированной занятости. Разрабатываются технологии многомерных и многоступенчатых трудовых (карьерных) перемещений, и развитие корпоративной культуры, способствующей более глубокому восприятию целей и формирующую мотивацию, основанную на принадлежности к организации, и т.д. [8].

В-третьих, возможность рассмотрения отдельного работника в качестве объекта управления обусловлена тенденцией все большего включения индивидуально-личностных (персонифицированных) характеристик в предметную область управления персоналом. Как следствие, одним из направлений развития современного управления персоналом является его индивидуализация, что предполагает смещение акцентов с общеметодической и организационной работы на технологии и процедуры взаимодействия субъекта управления с конкретным работником.

Задача субъектов управления персоналом заключается в нахождении возможностей подбора отдельному сотруднику функций, наиболее полно раскрывающих его трудовой потенциал. Изменяются и частные технологии управления персоналом: разрабатываются индивидуальные схемы обучения и карьерного перемещения, персональные контракты, вводятся гибкие графики работы и пр.

Второе замечание касается ограничения объекта коллективом бригады, цеха, отдела, подразделения, то есть формально закрепленной организационной структурой предприятия. Известно, что персонал неоднороден по своему профессиональному, квалификационному, демографическому и социальному составу. Каждая из этих групп (их принято называть социальными) может являться объектом управления. Возможность выделения не только формально организованных, но и других социальных групп персонала в качестве объектов управления обусловлена следующими причинами [9]:

- организационная структура является формальным выражением экономической и социальной структуры, но не полностью отражает их содержание. С точки зрения внешней формы проявления, конечно, чаще всего управленческие воздействия осуществляются в формально закрепленном виде (приказ, распоряжения, задания, планы) и направлены на организационно обозначенные структуры. Но управление персоналом не ограничено только формализованными взаимоотношениями. Поэтому отмеченное выше ограничение представляется необходимым, но недостаточным;

- социальная группа, как совокупность людей, имеющих общий социальный признак и выполняющих общественно-необходимую функцию в структуре разделения труда и деятельности, является элементом структуры коллектива предприятия. Формально-организованные (или как их иногда называют производственно-функциональные) группы являются лишь частью этой структуры, отражают технологические и экономические отношения в организации. Вместе с тем, с развитием управления персоналом его предметная область все больше распространяется на социальную подсистему, что обуславливает возможность выделения объектов не только по производственно - функциональному, но и по другим признакам.

Третье замечание (отсутствие сущностных форм проявления объекта) является следствием недостаточного внимания к одному из известных и общепринятых постулатов: «управлять необходимо не физическими объектами, предметами, а процессами». Поэтому в управлении персоналом можно выделить отдельные процессы, которые тоже могут представлять собой объекты управления [10]. Такими объектами могут выступать социально-трудовые процессы в организации и представляющие в рассмотренной выше структуре системы управления персоналом содержательную ее часть: управление адаптацией, управление мотивацией, управление трудовыми и карьерными перемещениями, управление социально-психологическими отношениями и пр. Однако это хоть и содержит «процессуальные моменты», отражает специфику управленческого воздействия, но при этом обособляет отдельные процессы управления персоналом, что

чревато нарушением принципов системности. Базовым целевым объектом управления персоналом является результативность труда, которая выражается в количестве и качестве произведенной продукции или услуг.

Таким образом, важнейшим элементом всей системы управления является персонал, который в одно и то же время может выступать как в качестве объекта, так и в качестве субъекта управления. Поэтому планирование, формирование, перераспределение и рациональное использование человеческих ресурсов на производстве составляют основное содержание управления персоналом.

Вместе с тем персонал – это, прежде всего люди, характеризующиеся сложным комплексом индивидуальных качеств и свойств, среди которых социально-психологические играют главенствующую роль. Способность персонала одновременно выступать в качестве объекта и субъекта управления представляет собой специфическую особенность управления персоналом на производстве. Рыночная модель в современных экономических условиях предусматривает деятельность предприятий и организаций быстро и адекватно реагировать на рыночные регуляторы. Ставка делается на собственные силы (не столько на собственные ресурсы, сколько на способность самостоятельно прогнозировать ситуацию).

на многих современных предприятиях существует комплексный подход к управлению персоналом, который включает в себя:

- культуру предприятия: система общих для всего персонала предприятия ценностных ориентаций и норм;
- систему участия: развития отношений партнерства;
- принципы руководства: предписания и нормативные положения для регулирования отношений между руководителями и подчиненными в рамках действующей внутри организации концепции управления;
- привлечение к принятию особо значимых для предприятия решений: определение форм ответственности, добровольное участие в принятии решений;
- кадровая политика: планирование и выбор мероприятий по повышению квалификации и внутрипроизводственной мобильности с учетом потребностей, желаний и профессиональных способностей работников;
- регулирование рабочего времени: гибкое приспособление рабочего времени к потребностям работника и предприятия;
- информация работников: доведение до работников необходимых сведений о делах предприятия;
- система оценки персонала по определенным заранее установленным критериям;
- программа предприятия «Имидж предприятия» – специальная программа по повышению имиджа предприятия.

Таким образом, стратегия управления персоналом организации направлена на формирование такой системы работы с кадрами, которая ориентируется на получение не только экономического, но и социального эффекта при условии соблюдения действующего законодательства. Также важно отметить, что использование управленческих механизмов в процессе моделирования системы развития персонала позволит повысить заинтересованность рабочих в результатах своего труда и тем самым обеспечить коммерческий успех предприятия на рынке.

Система управления кадровым потенциалом - это сложная и многогранная категория, включающая в себя множество различных элементов, начиная с особенностей и механизмов функционирования системы, и заканчивая внутренней мотивацией сотрудников организации. Система управления в современных экономических условиях рассматривается как особый вид деятельности по социальному управлению, направленному на достижение поставленных целей и задач, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей. При этом менеджер, как главное лицо, воздействующее на сотрудников, обязан эффективно и умело использовать основные методы управления, как всей системой в целом, так и отдельными её элементами, будь то группа или отдельный сотрудник, принимать управленческие решения, основываясь на главных управленческих принципах.

Литература

1. Бухалков, М.И. Управление персоналом: Учебник / М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 368 с.
2. Глаз, Ю.А. Управление карьерой: Учеб.пособие / Ю.А.Глаз. – Белгород: Кооперативное образование, 2008. – 120 с.
3. Макарова, И.К. Управление персоналом/ И.К. Макарова. – М.: Юриспруденция, 2005. – 304 с.
4. Герасимов, Б.Н., Чумак, В.Г., Яковлева, Н.Г. Менеджмент персонала: Учебное пособие / Б.Н. Герасимов, В.Г. Чумак, Н.Г. Яковлева. – Ростов н/Д: «Феникс», 2006. – 448 с.
5. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда: Учеб. Для вузов / Б.М. Генкин. – М.: Изд-во «НОРМА», 2006. – 416 с.
6. Веснин, В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе / В.Р.Веснин. – М.: Юрист, 2006. – 504 с.
7. Саркисов, С.Э. Менеджмент: словарь-справочник / С.Э. Саркисов. – М.: Анкил, 2005. – 804 с.
8. Одегов, Ю.Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах: Учебник. – М.: Академический Проект, 2005. – 1088 с.
9. Кадры предприятия. 300 образцов должностных инструкций: Практическое пособие / Д.Л.Шур, Л.В.Труханович. – М.: ДиС, 2005. – 880 с.
10. Управление персоналом: курсовые проекты, практика, государственный экзамен, дипломный проект: Учебное пособие /Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2010.– 431 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВУЮ СФЕРУ СТУДЕНТА

О.С. Золотухина,

*студентка кафедры возрастной и социальной психологии
факультета психологии НИУ «БелГУ»,*

3 курс

Научный руководитель Я.С. Бойченко,

ассистент кафедры возрастной и социальной психологии НИУ «БелГУ»

Современное общество отличается быстрым темпом перемен. Модернизация образования является на сегодняшний день одной из наиболее обсуждаемых тем. Подвергающаяся изменениям концепция образования требует от педагогов и студентов освоения нового содержания образования, овладения инновационными технологиями, внедрения методов обучения и воспитания, учитывающих социальные и культурные изменения страны. Нестабильность, погоня за западными ценностями, коррупция зачастую становятся причинами снижения успеваемости, грамотности, отсутствия знания и понимания учебного материала, а также неблагоприятного влияния на эмоционально-волевою сферу студентов, повышения уровня стрессированности. Следует отметить, что в неблагоприятных условиях стресс трансформируется в состояние нервно-эмоциональной напряженности, когда характерно снижение работоспособности, истощение энергетических ресурсов [1].

Еще Л.С. Выготский утверждал, что чтобы эмоционально-волевая сфера личности в регуляции деятельности оказывала положительное влияние на эффективность деятельности, она должна быть правильно организована с учетом адекватной оценки сил и возможностей субъекта, строиться в соответствии с планом самой деятельности. В противном случае человек будет уставать и не всегда сможет добиться ожидаемых результатов. Увеличению интенсивности способствуют высокая активность субъекта, высокий тонус деятельности, коллективная работа. Уменьшение ее влияния на результативность действий - усталость, страх перед неудачей, утомление, неверие в

собственные силы. Конечный результат действия оценивается человеком с точки зрения его соответствия поставленной цели. На этом основании он принимает решение о продолжении или завершении деятельности [2].

Эмоции и чувства играют огромную роль в жизни человека, выполняя очень важные функции. Какие бы объективные причины мы не находили, чаще всего причиной конкретного поведения человека считаются эмоциональные состояния, которые как помогают нам преодолевать одни препятствия, так и мешают справиться с другими. Эффективность волевых усилий оказывается более высокой на фоне повышенного уровня активности, высокого тонуса, в то время как утомление, стресс, страх снижают интенсивность волевых усилий [3]. Особенности эмоциональной сферы и уровня развития волевых характеристик человека является весьма показательными в отношении поведенческой регуляции людей: с одной стороны, она связана с генетическими особенностями организма конкретного человека, а с другой стороны – с особенностями его воспитания [1].

Как один из сложнейших психических процессов воля создает определенные состояния – собранности, готовности к деятельности, активности. Волю принято рассматривать в тесной связи с другими свойствами психики человека, а именно – с мотивами и потребностями. Волевой человек подавляет одни свои мотивы и потребности ради удовлетворения других. Исходя из этого, воля заключается в способности действовать в соответствии с целью, расставляя приоритеты и подавляя непосредственные желания и стремления, что, можно сказать, должно являться важной задачей студенческой жизни.

Конечно же, воспитание воли – дело не из легких. Главным направлением в ее развитии является выработка таких качеств, как самостоятельность, дисциплинированность, целеустремленность, настойчивость. Мотивация к учебе – важный аспект на пути к успешному овладению знаниями и хорошему образованию, поэтому обогащение мотивационной и нравственной сфер, формирование мировоззрения и развитие этических чувств будет способствовать благоприятному развитию студента в целом.

Волевая сфера нуждается в постоянной тренировке, в преодолении внутренних и внешних препятствий, эмоциональная – в тонком, внимательном подходе. И.П. Ильин отмечает, что большое влияние на регуляцию деятельности оказывает включение человека в коллективную деятельность. Принадлежность к сплоченному коллективу дает большие волевые усилия при соревновании разных коллективов, как и большие усилия, чем в соревновании «за себя» [4]. Возникает вопрос: существует ли эффективный метод воздействия на личностную сферу, который позволил бы корректно повысить продуктивность деятельности студента? Таковым является психологический тренинг.

В настоящее время тренинг стал одной из наиболее распространенных форм психологической практики. С.И. Макшанов определяет тренинг как многофункциональный метод преднамеренных изменений психологических феноменов человека, группы и организации. Центральной категорией здесь Т.В. Зайцева называет категорию изменения. Тренинговое воздействие должно направляться на достижение позитивных изменений участников, повышение степени их «конгруэнтности» с собой и окружающей средой. Программа тренинга может включать в себя разнообразные упражнения, игры, обязательные процедуры и ритуалы, выступающие в качестве средств овладения поведением [5].

По сути, вся психотерапия выступает как некий инструмент. Очень четко эту мысль выражает Л.А. Петровская, которая рассматривает тренинг как ситуацию воздействия, где методы этого воздействия ориентированы на вмешательство в развитие группы или личности с целью вызвать определенные изменения. Стоит добавить, что эти изменения должны носить конструктивный характер.

В исследованиях Т.В. Зайцевой описывается динамика изменения поведения участников тренинга. Ею выделены два этапа:

- Этап овладения (когда участники узнают решение поведенческой задачи и пробуют решить ее совместно);

- Этап присвоения (происходит трансформация поведения участников под воздействием нового знания, что означает, что теперь они могут самостоятельно решить поставленную задачу).

Для анализа механизмов этого процесса следует обратиться к культурно-историческому подходу Л.С. Выготского, который ввел одно из ключевых понятий данного подхода, а именно – «зону ближайшего развития». Зона ближайшего развития определяется Выготским как разница, «расстояние» между уровнем актуального развития ребенка и уровнем возможного развития. В зоне ближайшего развития находится психический процесс, формирующийся в совместной деятельности ребенка и взрослого, по окончании этапа становления который становится формой актуального развития самого ребенка [2].

Если рассматривать данный процесс с точки зрения тренинга, то за зону ближайшего развития мы берем потенциальные возможности участника, который с оказанием эффективной помощи ведущего трансформирует свое поведение.

Таким образом, главной задачей психологического тренинга является формирование поведения участников новыми, более совершенными способами, а ключевая роль в этом процессе принадлежит ведущему, который влияет на формирование зоны ближайшего развития участников.

Подводя итог, можно сказать, что проанализированное нами исследование доказывает и позволяет рассмотреть тренинг в качестве эффективного инструмента воздействия. Нами была обозначена актуальность коррекции эмоционально-волевой сферы студентов, обусловленная негативным влиянием окружающей среды, межличностными конфликтами, вызывающими нервное напряжение, раздражение, а также тем, что в современном, стремительном мире стресс, становится нормой, неотъемлемой частью человеческого существования. На протяжении долгого времени университеты считались главным центром образования и генератором знаний в обществе. С уверенностью можно сказать, что введение антистрессовых программ и овладение эмоционально-волевой регуляцией посредством тренинга позволит студентам предотвратить раннее развитие синдрома эмоционального выгорания, повысить успеваемость, сохранить здоровье, оптимистический настрой, а также обеспечит интерес и профессиональную активность.

Литература

1. Маклаков, А.Г. Общая психология. / А.Г. Маклаков. – СПб.:2008. – 583 с.
2. Выготский, Л. С. Вопросы детской (возрастной) психологии // Л.С. Выготский Собрание сочинений: В 6 томах. – М.: Педагогика, 1984. – Том 2. – 350 с.
3. Иванников, В. А. Психологические механизмы волевой регуляции / В.А. Иванников. – М.: Питер, 2006. – 208 с.
4. Ильин, Е. П. Психология воли: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2000. – 288 с.
5. Зайцева, Т.В. Теория Психологического Тренинга: психологический тренинг как инструментальное действие / Т.В.Зайцева. – СПб.: Речь, 2002. – 80 с.

ОСОБЕННОСТИ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТУДЕНТОВ С РАЗЛИЧНЫМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ СПОСОБНОСТЯМИ

Е.Ю. Иовенко

*студент кафедры возрастной и социальной психологии
факультета психологии НИУ «БелГУ»*

4 курс

Научный руководитель Н.С. Ткаченко

кандидат психологических наук,

доцент кафедры возрастной и социальной психологии НИУ «БелГУ»

Идея мотивации учебной деятельности имеет свои истоки актуальности на сегодняшний день. Выделенная идея представляет собой одну из наиболее сложных и противоречивых областей психологической науки, для которой характерно множество экспериментальных данных и нехватка теоретического обоснования. В конкретный исторический момент времени, мотивированность будущих специалистов в выбранной профессии и получение всего необходимого для её успешной реализации служит индикатором для заинтересованности общества в ценных кадрах, тем более, когда необходимый специалист, помимо всего прочего, имеет достаточный интеллектуальный потенциал для успешного осуществления своей деятельности.

В настоящий момент существует множество определений мотивации как основы содержания учебного процесса. В отечественной психологии указанной тематикой занимались Н.Н. Ланге, А.Ф. Лазурский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн. Нельзя не переоценить вклад в развитие мотивации учебной деятельности Л.И. Божович и А.К. Марковой. Так же необходимо отметить вклады Л.И. Анцыферовой, В.Г. Асеева, П.Я. Гальперина, Е.П. Ильина, Н.Ф. Талызину, Х. Хекхаузена, занимавшихся исследованием активности развивающейся личности, природы мотивов, тенденций определяющих их трансформацию и укрепления в структуре личности. В свою очередь, разработкой проблемы интеллекта занимались Ч. Спирман, Г. Айзенк, В.Н. Дружинин, связывающий индивидуальные особенности интеллекта с ментальными кодами, по Ф.Н. Ильёвскому данный аспект заключается в способности системы создавать в ходе обучения программы для решения задач определённого класса и сложности. Р.Стенберг и М.А. Холодная выделили несколько основных подходов к изучению интеллекта.

Таким образом, многогранность и многосторонность дефиниций мотивации, раскрытие её сущности, порождает большие разногласия при нахождении общих точек соприкосновения, при этом, большая вариативность ответов, будет получена в рассмотрении данного понятия в контексте интеллектуальной сферы человека.

В отечественной психологии мотивация рассматривается как сложный многоуровневый регулятор жизнедеятельности человека – его поведения, деятельности. Высшим уровнем этой регуляции является сознательно-волевой. Исследователи отмечают, что «...мотивационная система человека имеет гораздо более сложное строение, чем простой ряд заданных мотивационных констант. Она описывается исключительно широкой сферой, включающей в себя и автоматически осуществляемые установки, и текущие актуальные стремления, и область идеального, которая в данный момент не является актуально действующей, но выполняет важную для человека функцию, давая ему ту смысловую перспективу дальнейшего развития его побуждений, без которой текущие заботы повседневности теряют свое значение» [1]. Продолжая идею, необходимо отметить, что в работе А.К. Маркова специально подчеркивает эту мысль: «...Мотивация учения складывается из ряда постоянно изменяющихся и вступающих в новые отношения друг с другом побуждений (потребности и смысл учения для учащихся, его мотивы, цели, эмоции, интересы). Поэтому становление мотивации есть не простое возрастание положительного или усугубление отрицательного отношения к ученику, а стоящее за ним усложнение структуры мотивационной сферы, входящих в нее побуждений, появление новых, более зрелых, иногда противоречивых отношений между ними» [2].

Пытаясь обобщить имеющиеся представления об интеллекте М.А. Холодная говорит, что «интеллект – система психических механизмов, которые обуславливают возможность построения внутри индивидуума субъективной картины происходящего. С психологической точки зрения назначение интеллекта – создавать порядок из хаоса на основе приведения в соответствие индивидуальных потребностей с объективными требованиями реальности» [3].

После теоретического обоснования особенностей удовлетворённости учебной деятельностью студентов с различными интеллектуальными способностями, нами проводилось исследование, в основе которого было предположение о том, что: интеллектуальные способности: такие как поиск аналогий и запоминание, могут оказывать влияние на особенности удовлетворённости учебной деятельности студентов.

В нашем исследовании использовались следующие методы: эмпирические (тестирование), методы математико-статистического и качественного анализа данных. Методики исследования: Тест структуры интеллекта Р.Амтхауэра (ТУС), тест-опросник удовлетворённости учебной деятельности (УУД) Мищенко Л.В. Статистическая обработка проводилась с использованием коэффициента корреляции Пирсона, а также множественного регрессионного анализа (МРА) на основе пакета статистических программ IBM SPSS Statistics 19 с целью выявления объективных закономерностей и определение характера их значений. Исследование проводилось на базе Белгородского Государственного университета г. Белгорода. В нём принимали участие студенты 2 курса факультета психологии в количестве 33 человек.

В анализ полученных моделей были включены только те регрессионные β -коэффициенты, показатели интеллектуальных способностей, которые получились статистически значимыми. Анализируя регрессионную модель удовлетворённости учебным процессом получилось, что показатель запоминание ($\beta=-,483$ при $p\leq 0,01$) имеет статистически значимый регрессионный β -коэффициент, мы можем говорить о том, что указанный показатель влияет на удовлетворённость учебным процессом и играет в нём немаловажную роль. Ведь уровень актуализации мнестической деятельности важен не только в рамках учебного процесса, но и при профессионально- личностном развитии субъекта общественных отношений, почву для которого и подготавливает учебная деятельность. Более того, профессиональная самоактуализация находится в прямо пропорциональной зависимости от её результатов. При анализе моделей удовлетворённости воспитательным процессом, где ($\beta=,649$ при $p\leq 0,05$), удовлетворённости взаимоотношениями ($\beta=,517$ при $p\leq 0,05$), удовлетворённости руководителями ($\beta=,754$ при $p\leq 0,001$), удовлетворённость здоровьем, бытом ($\beta=,802$ при $p\leq 0,001$), общей удовлетворённости ($\beta=,538$ при $p\leq 0,05$), были получены статистически значимые регрессионные β -коэффициенты. Из всего этого можно отметить довольно интересный момент заключающийся в следующем: в виде независимой переменной во всех моделях выступал параметр шкалы поиска аналогий. Вследствие чего, можно сделать вывод о влиянии данного параметра на вышеуказанные модели удовлетворённости. Испытуемым легче выделять существенные признаки предметов и явлений, которые присутствуют в учебной деятельности, и систематизировать выделенные аналоги по группам в зависимости от поставленных задач.

Таким образом, на процесс удовлетворённости учебной деятельности оказывают влияние особенности интеллектуальных способностей, такие как процесс мнестической деятельности в виде запоминания, логическая операция в роли классификации в виде поиска аналогий, так же определение общего в контексте интегрированности информации, общая осведомлённость как начальный уровень знаний, отсутствие сознательных манипуляций с геометрическими фигурами и образами в сфере воображения, а так же отстранённость от математической обусловленности воспринимаемой информации. В итоге, исследование требует дополнительной проработки и проверки большей по объёму и более разнородной выборке (например, учащиеся разных заведений), с учётом различных дополнительных факторов (индивидуально-типологические особенности, социальное положение), особенности восприятия мира.

Литература

1. Бибрих, Р.Р. Особенности мотивации и целеобразования в учебной деятельности студентов младших курсов / Р.Р. Бибрих // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. – 1987. – №2. – С. 20–31.
2. Маркова, А.К. Формирование интереса к учению у учащихся / А.К. Маркова – М.: Педагогика, 1986.-191 с.
3. Холодная, М.А. Психология интеллекта / Холодная М.А. – СПб.: Питер, 2000. – 544 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ТРЕВОЖНОСТИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ, ВОСПИТЫВАЮЩИЕСЯ МАТЕРЯМИ С РАЗНЫМИ РОДИТЕЛЬСКИМИ УСТАНОВКАМИ

Е. В. Картавых,

*студентка кафедры возрастной и социальной психологии
НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель Н. С. Ткаченко
кандидат психологических наук,*

*доцент кафедры возрастной и социальной психологии
НИУ «БелГУ»*

Формирование тревожности младших школьников, воспитываемых матерями с разными родительскими установками, можно сказать, – одна из главных проблем современного образования, как подсистемы отношений семьи, представляющая собой непрерывные, длительные и опосредованные возрастными особенностями ребёнка и родителя отношения. Данная актуальность обусловлена характером связи детско-родительских отношений и эмоционально-волевой сферы старших дошкольников: зависимостью от взрослого, и прохождение ребёнком этапа становления личности, определяющаяся взаимоотношением ребёнка с родителями.

Представители различных психологических школ занимались изучением взаимоотношений родителей и ребёнка и рассматривали их как важный источник детского развития. Научные основы для разработки проблемы отношений заложены в фундаментальных исследованиях психологами Л. С. Выготским, В. Н. Мясищевым, М. И. Лисиной, Н. Н. Обозовым, С. Л. Рубинштейном, А. Г. Ковалевым, К. К. Платоновым, Л. И. Божович и продолжены в различных контекстах другими исследователями. В ряде исследований раскрыты вопросы развития детско-родительских отношений (А. Я. Варга, А. А. Бодалёв, В. В. Столин, Г. Т. Хоментаскас), выявлено влияние детско-родительских отношений на развитие личности (М. И. Лисина, Н. К. Радина, СП. Тищенко, С. Г. Якобсон, П. Я. Якобсон и другие), анализируются данные о нарушениях в отношениях между родителями и детьми (М. И. Буянов, А. И. Захаров и другие) и их последствия [1].

Проблема тревожности младших школьников, воспитываемых матерями с различными родительскими установками, как подсистема отношений семьи, представляет собой непрерывные, длительные и опосредованные возрастными особенностями ребёнка и родителя отношения. В связи с этим исследование, посвященное изучению особенностей проявлений тревожности младших школьников, воспитываемых матерями с различными родительскими установками важно и актуально в системе школьной подготовки. Тревожность – это субъективное проявление неблагополучия личности, ее дезадаптации: распространённый психологический феномен нашего времени. Как и любое комплексное психологическое образование, тревожность

характеризуется сложным строением, включающим когнитивный, эмоциональный и операционный аспекты, при доминировании эмоционального. Тревожность рассматривается как переживание эмоционального дискомфорта, предчувствие грядущей опасности [2]. Особую обеспокоенность психологов в последние годы вызывает процесс формирования тревожных состояний в условиях школы. Тревожность не связана с какой-либо определенной ситуацией и проявляется почти всегда.

По мнению А. Я. Варга, В. В. Столина и других, родительские отношения – это система разнообразных чувств к ребёнку, поведенческих стереотипов, практикуемых в общении с ним, особенностей восприятия и понимание характера и личности ребёнка, его поступков. Среди наиболее актуальных проблем современной психологии одно из главных мест занимает состояние тревоги и связанное с ним понятие тревожности. Тревожность – определяется, как индивидуальная психологическая особенность, проявляющаяся в склонности человека к частым и интенсивным переживаниям состояния тревоги, а также в низком пороге ее возникновения [1]. До настоящего времени еще не выработано определенной точки зрения на причины возникновения тревожности. Но большинство ученых считает, что в дошкольном и младшем школьном возрасте одна из основных причин кроется в нарушении детско-родительских отношений.

В рамках нашего исследования мы предположили, что: существует взаимосвязь между проявлениями тревожности младших школьников и родительскими установками их матерей, а именно наличие у младших школьников выраженных проявлений тревожности, связь с особенностями эмоционального контакта и эмоциональной дистанции. В нашем исследовании использовались следующие методы: эмпирические (тестирование), методы математико-статистического и качественного анализа данных. Методики исследования: тест определения тревожности у детей (Р. Тэмл, М. Дорки, В. Амен); методика определения школьной тревожности Филлипса; тест PARI (Е.С. Шефер и Р.К. Белл). Статистическая обработка данных проводилась с использованием непараметрического математического метода коэффициента ранговой корреляции r_s -Спирмена на основе пакета статистических программ «IBM SPSS Statistics 19». Исследование проводилось на базе Разуменской средней школы № 1, Белгородской области, в исследовании принимали участие 80 человек: 40 детей младшего школьного возраста (из них 20 мальчиков и 20 девочек) и 40 матерей данных школьников.

Мы изучили особенности детско-родительских отношений с помощью методики PARI, в результате которой установлено, что родительские установки исследуемых респондентов, характеризуются партнерскими отношениями с ребенком, стремлением развивать своего ребенка. В тоже время они находятся с ним на дистанции при эмоциональном контакте, в воспитании ребенка преобладает авторитарный стиль взаимоотношения, суровость и строгость в наказаниях. По показателю «вербализация» (побуждения ребенка к словесной активности) мы можем сказать, что опрошенные матери поощряют вербальную активность ребенка, дают ему право высказывать свое мнение и отношение к различным ситуациям, что показывает о наличии демократической позиции в воспитании детей - 92,5%. Это на наш взгляд обусловлено современными тенденциями в воспитании детей, а именно поощрение любой активности ребенка, с целью создания независимой личности. Также полученные результаты могут быть объяснены относительной молодостью родителей. Так как современные младшие школьники имеют родителей девяностых годов, а, как известно – это время для России, характеризуется глубокими изменениями в культурном и психологическом плане. Что касается других аспектов-признаков, то они подтверждают наличие у матерей младших школьников демократичного стиля воспитания, в частности в признаке «партнерские отношения» (равенство родителей и ребенка), из которых мы видим преобладание средних – 70% и высоких значений - 30%. Что на наш взгляд непосредственно подтверждает наше предположение, также в признаке «поощрение активности и развития ребенка» большая часть опрошенных матерей имеют высокие значения - 72%, остальные

получили средние значения, а это значит что помимо вербальной активности и уважения к личности ребенка, матери стремятся придать развитию своего ребенка многогранный характер. Выраженность показателя оптимального эмоционального контакта свидетельствует о том, что родители предоставляют ребенку право высказать свое мнение, общаются с ним на равных, стараются участвовать в его делах, разделяют и поощряют его интересы. В показателе эмоциональной дистанции с ребенком у опрошенных матерей в значительной мере доминируют средние показатели по аспектам признакам – 47,5% матерей в признаках вспыльчивость, раздражительность имеют средние показатели, а также более 35% высокие показатели, остальное занимают матери с низкими показателями. Следовательно, в отношениях с ребенком матери проявляют излишнюю эмоциональность, что связано с возрастом большинства родителей. В признаке «суровость и строгость» 70% респондентов имеют среднее значения – это высокие требования, предъявляемые к детям их матерями, что обусловлено на наш взгляд стремлением родителей воспитать «продуктивного» (наличие у ребенка развитых интеллектуальных способностей, которые в современном обществе весьма актуальны) члена общества. Став именно продуктивным членом общества, ребенок может обеспечить себе достойную жизнь, поэтому этот аспект современности предопределяет тенденции матерей к строгости в воспитании ребенка. В показателе «эмоциональная дистанция» видно наличие у родителей установки на авторитарность (строгое воспитание является наиболее эффективным) в воспитании ребенка. Выполнение родительских обязанностей сопровождается раздражительностью, чувством обременительности.

В результате исследования тревожности с помощью методики Филлипса были получены следующие результаты, из которых видно, что большинство младших школьников имеют высокие показатели общей тревожности, что непосредственно говорит о наличии в их среде фактора вызывающего негативные переживания у школьников. Такие дети склонны переживать тревожность разной степени интенсивности, находясь в школе: в процессе обучения, проверки и оценки знаний, а так же, в процессе общения и взаимодействия с учителями и сверстниками. Стоит отметить, что по фактору социальная тревожность преобладают низкие значения, а несколько повышенные, это говорит о том, что школьники в своих социальных взаимодействиях не испытывают затруднений, а также негативных переживаний. Однако треть респондентов имеют повышенный уровень (32,5% опрошенных) это означает, что в процессе общения со сверстниками и преподавателями у них возникают затруднения и напряжение. В факторе «Фрустрация потребности в достижении успеха» - 90% школьников испытывают неблагоприятный психический фон, который отражается на результатах учебной деятельности, а также в повседневности, соответственно школьники не стремятся к достижению успеха как такового, что непосредственно на наш взгляд обусловлено не популярностью в современной школе хорошо успевающих учеников, на первый план выходят другие факторы «престижа» учащегося, а так как именно учебная деятельность является ведущей у младших школьников, то неудачи в ней отражаются на все сферы деятельности учащихся. Что касается следующего фактора «страха самовыражения», то по полученным данным большинство опрошенных имеют высокий уровень тревожности (90% респондентов). Этот факт свидетельствует о том, что большинство детей переживают негативные эмоции в ситуации предъявления себя другим, самораскрытия, что является особенностью возраста, так как именно он характеризуется снижением завышенной самооценки дошкольника, на адекватную позицию школьника, ведь тогда в процесс становления самооценки вмешивается «посторонний» учителя, одноклассники, все эти люди оценивают действия младшего школьника, именно поэтому стремление к самораскрытию занижено у младших школьников из-за необходимости сохранения своей самооценки. Такие же высокие показатели тревожности наблюдаются в факторе «страх ситуации проверки знаний» – 7,5% а это говорит о негативном отношении и переживании тревоги в ситуациях проверки (особенно публичной) знаний, достижений, возможностей.

На наш взгляд, это объясняется боязнью негативного оценивания школьника со стороны учителя, получение плохой оценки, наказания за нее родителями. Таким образом, мы видим, что младшие школьники, принимавшие участие в нашем исследовании имеют повышенные или высокие показатели, по всем факторам, представленным в методике, за исключением фактора 2 «переживание социального стресса» - это говорит о том, что условия образовательной среды воспринимаются младшими школьниками как тревожащие, вызывающие негативные переживания, в свою очередь это означает непосредственное ухудшение успеваемости детей, появление у них нежелания посещать школу, возникновение конфликтов с учителями и родителями, также возможно развитие личностных расстройств и психопатического развития на фоне негативных переживаний в ситуациях учебной деятельности. Анализируя данные полученные в результате проведения методики Тэммпла, Амена и Дорки получены следующие данные – более половины респондентов имеют высокие показатели тревожности – 53%, остальные получили средний уровень тревожности – 47% опрошенных. Большинство младших школьников имеют высокие показатели тревожности, что непосредственно выражается на их деятельности, а именно снижением ее эффективности, а также некоторой неспособностью к достижению успеха.

При проведении корреляционного анализа переменных, не была подтверждена гипотеза о наличии связи, связь существует только на уровне статистической тенденции между аспектами-признаками: «партнерские отношения» и «развитие активности ребенка» и переживанием социального стресса и страхом не соответствовать ожиданиям других. Изучение данной проблемы требует более глубокого изучения с применением данных методик на больших по количеству респондентов выборках, что поможет установить точный характер связи между факторами: «эмоциональный контакт», «эмоциональная дистанция» и тревожностью младшего школьника.

Литература

1. Большой психологический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psyho.ru/dictionaries/bolshoj-psixologicheskij-slovar/> (дата обращения: 20.10.2013).

2. Козлова, Е. В. Тревога – как одна из основных проблем, возникающих у ребенка в процессе социализации / Е. В. Козлова // Теоретические и прикладные проблемы психологии. Сборник статей. – Ставрополь, 2002. – С.52-56.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ПРИНЦИПЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Е.П. Катаржнова,
*магистрант кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,*

Научный руководитель Е.Н. Шутенко,
кандидат психологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Проблема поиска эффективных стимулов остается одной из самых актуальных проблем в практике управления. Многие исследователи определяют стимул как нечто внешнее по отношению к человеку вообще и к работнику предприятия в частности. Стимул призван «раздражать» органы восприятия человека в пределах порога его чувствительности. В самом широком смысле, стимул означает воздействие одного человека на другого с целью побуждения его к необходимому инициатору действию.

В литературе, посвящённой изучению теории и практики стимулирования, различают следующие виды: – материальное стимулирование (денежное), – материальное стимулирование (не денежное), – стимулирование свободным временем, – моральное стимулирование, – трудовое (организационное) стимулирование.

Посредством материального (денежного) стимулирования поведение объекта регулируется различными денежными выплатами и материальными санкциями.

Материальное (неденежное) стимулирование предполагает использование таких материальных благ, которые невозможно приобрести за деньги или же они относятся к категории дефицитных и правом их распределения обладает субъект управления.

Стимулирование посредством свободного времени регулирует поведение объекта управления посредством изменения его времени занятости на производстве и преследует цель изменения величины свободного времени человека.

Моральное стимулирование предполагает регулирование поведения человека через обеспечение его общественного признания, престижа и авторитета в обществе или группе профессионалов.

Такая разновидность стимулирования как трудовое (организационное) регулирует поведение работника благодаря появлению чувства удовлетворенности от выполняемой трудовой деятельности посредством обеспечения его участия в принятии решений производственного и управленческого характера, возможности карьерного роста и пр.

Известно, что успешность и эффективность любого вида стимулирования обусловлена следующими принципами.

Принцип доступности предполагает, что все стимулы доступны всем работникам, а условия стимулирования понятны и демократичны.

Принцип осязательности предполагает существование некоего порога действенности определённого стимула, каждый коллектив имеет свой нижний порог конкретного стимула.

Принцип постепенности означает постоянную коррекцию в сторону повышения материальных стимулов. Однако следует при этом учитывать, что неоправданное завышение вознаграждения формирует впоследствии у работников ожидание более высокого вознаграждения и отрицательно сказывается на его мотивации, провоцируя возникновение нового порога стимула.

Принцип минимизации разрыва между результатом и оплатой труда. Так, например, с помощью перехода на еженедельную оплату труда можно снизить уровень самого вознаграждения, посредством действия принципа «Лучше меньше, но сразу». Что в свою очередь является сильным мотиватором для работника, так как устанавливает связь между частотой вознаграждения и результатом его труда.

Принцип сочетания материального и морального стимулирования труда предполагает, что оба вида одинаково сильно воздействуют на работника, следовательно, необходимо их гармонично сочетать, учитывая индивидуальные характеристики, как работника, так и каждой конкретной ситуации.

Принцип сочетания стимулов и антистимулов означает необходимость разумного сочетания таких антистимулов как страх потери работы, штрафные санкции и пр. с использованием положительной стимуляции, которая, по свидетельству различных исследований, обладает большей действенностью и результативностью в деле управления поведением персонала.

Для построения на предприятии эффективно работающей системы стимулирования, способствующей формированию и развитию трудовой мотивации персонала необходимо, не только знать виды стимулов, принципы их функционирования, но и определить мотивационно - потребностный профиль членов трудового коллектива. Ведь, только в том случае стимул достигает цели, если он соответствует насущным потребностям и ожиданиям человека, входит в его личностную структуру, соотносится с системой ценностей и притязаний, то есть данный профиль помогает определить актуальные мотиваторы сотрудников[1].

Цель нашего исследования состояла в изучении особенностей существующей системы нематериального стимулирования в ОАО «Строительное управление № 5 «Белгородстрой» и предполагала решение следующих задач: 1) изучить особенности регламентации функционирования системы стимулирования трудовой деятельности персонала; 2) исследовать удовлетворенность персонала существующей системой стимулирования; 3) определить мотивационно-потребностный профиль персонала предприятия для построения адекватной системы стимулирования. Наше исследование осуществлялось в три этапа: - на первом этапе изучалась нормативная документация по теме исследования; - на втором этапе проводилось анкетирование удовлетворенности персонала различных категорий существующей системой нематериального стимулирования и диагностика их мотивационно-потребностной сферы; - на третьем этапе были выявлены проблемы существующей системы нематериального стимулирования, опираясь на результаты интерпретации полученных в ходе анкетирования и тестирования данных.

Нами были использованы следующие методы и конкретные методики: анкетирование (авторская разработка), тестирование (методика «Построение мотивационного профиля» авторы Балашов Ю.К., Коваль А.Г.). В исследовании принимали участие следующие категории персонала: - руководители в количестве 6 человек; - ИТР – 25 человек; - рабочие – 17 человек. Всего было исследовано 48 человек.

В ходе решения первой задачи мы выяснили, что существующая нормативная документация носит типовой характер и отражает все утвержденные законодательством РФ формы поощрения и стимулирования трудовой деятельности персонала. На исследуемом предприятии реализуются основные формы стимулирования, а именно: материальное и моральное (нематериальное).

Чтобы выявить степень удовлетворенности персонала существующей системой стимулирования в рамках решения второй задачи мы разработали анкету. Анонимность процедуры анкетирования позволила нам повысить объективность полученных данных. Так, отвечая на первый вопрос нашей анкеты: «Всегда ли Вы добросовестно исполняете свои профессиональные обязанности?» большинство сотрудников предприятия ответили положительно («в основном да» – 68 % респондентов, 11 % опрошенных ответили, что «всегда добросовестно исполняют свои обязанности»); 16 % работников указали на то, что качественно исполняют обязанности, когда выполняют отдельные конкретные задания; 4 % респондентов продемонстрировали безразличное отношение к исполнению своих обязанностей. В качестве положительного момента можно отметить отсутствие в ответах опрошенных отрицательного отношения к своим профессиональным обязанностям.

Кроме того, анкетирование показало, что добросовестное исполнение своих обязанностей большинством сотрудников обусловлено их собственными убеждениями и установками. Так, отвечая на вопрос «Что определяет качество исполнения Вами своих профессиональных обязанностей?», 74 % работников назвали внутреннюю убежденность в необходимости выполнять любое дело максимально хорошо и добросовестно; 16 % респондентов считают, качественное исполнение обязанностей необходимым условием продвижения по карьерной лестнице; 5 % респондентов указали, что лишь контроль со стороны руководителей помогает им качественно исполнять свои обязанности; это же количество сотрудников работают качественно и добросовестно боясь лишиться денежных выплат и стимулирующих премий.

С целью уточнения ожиданий персонала в области эффективного стимулирования их трудовой деятельности мы предложили ответить на следующий открытый вопрос: «Какие мероприятия со стороны руководства будут способствовать повышению качества выполнения Ваших профессиональных обязанностей?». Все предложения распределились в следующие группы: - стимулы ценными подарками, премиями считают наиболее эффективными 32 % респондентов; стимулированию карьерным продвижением отдают предпочтение 24 % опрошенных; 18 % работников предлагают увеличить и расширить социальный пакет (производить оплату курортных путевок, различные страховые выплаты, оплата проезда, устройство детей в детские дошкольные учреждения и пр.);

10 % сотрудников предложили регулярно объявлять благодарности, а также снимать ранее полученные взыскания; 6 % – предлагают оформить доску почета и заносить туда фамилии передовиков производства. Посредством анкетирования нами было выявлено, что многие сотрудники видят в поощрениях и награждениях большой стимулирующий потенциал качественного и ответственного отношения к выполнению профессиональных обязанностей. Это мнение высказали 63 % опрошенных сотрудников предприятия. Однако 32 % работников считают, что только взыскания, замечания и различные ограничения могут эффективно повышать исполнительность, добросовестность и ответственность персонала. 5 % респондентов полагают, что высоким стимулирующим эффектом обладает процедура определения некоторых сотрудников в категорию «приближенных», что способствует быстрому решению различных проблем персонала.

К недостаткам существующей системы стимулирования были отнесены такие показатели как: плохие санитарно-бытовые условия, неясная и предсказуемая карьерная стратегия предприятия, низкая оплата труда, безразличное отношение руководителей к мнению, нуждам и запросам своих подчиненных, непрозрачность и неясность критериев установления стимулирующих выплат и разнообразных надбавок, практика поощрения «определенного» круга лиц, наиболее приближенных к руководству и игнорирование успехов остальных сотрудников.

Для определения мотивационно-потребностного профиля персонала с целью построения адекватной системы стимулирования мы использовали метод Ю.К. Балашова и А.Г. Ковалья «Построение мотивационного профиля персонала» [2]. В результате анкетирования мы выявили, что в трудовом коллективе ОАО «Строительное управление № 5 «Белгородстрой» доминирует патриотический тип (43 балла). Это свидетельствует о том, что персонал демонстрирует свою преданность организации, стремится соотносить свои интересы с интересами.

На втором по значимости месте расположился профессиональный тип мотивации (78,5 баллов), что говорит о доминировании ценности профессионализма в данном трудовом коллективе. Средние значения индексов мотивации персонала, и средние значения рангов мотивационных типов показали, что для персонала исследуемой организации актуальны следующие типы стимулирования: профессиональный, хозяйский, патриотический, а инструментальный тип нейтрален.

Следовательно, эффективное стимулирование должно выстраиваться на базе моральных и организационных форм. То есть, с использованием устного поощрения, награждения грамотой, признание заслуг и профессионализма работников. При этом также будут эффективны и разнообразные формы материального стимулирования и процедура привлечения персонала к групповым формам принятия производственных и управленческих решений. Кроме того было выявлено, что патернализм как стимул трудовой деятельности обладает деструктивным потенциалом для большинства представителей данной организации, состоящей из сотрудников, которые ценят свой профессионализм и стремятся повышать уровень своей квалификации.

Таким образом, проведенное теоретическое и практическое исследование позволило выявить эффективные и оптимальные формы стимулирования персонала ОАО «Строительное управление № 5 «Белгородстрой», которые имеют преимущественно нематериальный характер и должны строиться на принципах доступности, осязаемости, постепенности, минимизации разрыва между оплатой и результатом труда, сочетании материальных и моральных стимулов, сочетании антистимулов и стимулов.

Литература

1. Самоукина, Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах/ Н.В. Самоукина. – М.: Вершина, 2008. – 224 с.
2. Балашов, Ю.К., Коваль, А.Г. Построение мотивационного профиля/Ю.К. Балашов, А.Г. Коваль // Кадры предприятия. – 2002. – № 7,8.

РАЗВИТИЕ ТОЛЕРАНТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПРАВОСЛАВНОЙ И ИСЛАМСКОЙ КУЛЬТУР В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

А. Кисляк,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель А.А. Подвигайло,
кандидат исторических наук,

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Конституция Российской Федерации закрепляет, что население государства является многонациональным [1]. И действительно, на территории России проживает до 170 этносов, каждый из которых обладает своей культурой и традициями, отличными от других. Именно поэтому национальный вопрос стоит перед Российской Федерацией намного острее, чем перед многими другими государствами: практически любой экономический, политический, социальный и т.д. вопрос может приобрести национальную окраску, приумножая взаимные обиды между разными народами. Подобные проблемы существуют и в религиозной сфере жизни государства, в особенности между приверженцами двух наиболее крупных религиозных конфессий: православия и ислама. Именно между представителями этих религиозных течений возникают наиболее частые и наиболее глубокие конфликты, все больше усиливающие взаимную неприязнь между людьми разных конфессий. Однако, в современном обществе все чаще возникают ситуации, когда приверженцам разных религий приходится сообща трудиться над одним проектом, работать на благо одной организации. Задачей руководителей таких проектных групп и предприятий становится урегулирование отношений между представителями разных религиозных течений, решать возникающие между ними конфликты, сглаживать неприязнь, устранять причины недопонимания. Именно этим и обосновывается актуальность данной статьи.

Православие – это ветвь христианства, отколовшаяся от него после первого разделения христианства, произошедшего в XI веке. В настоящее время православие исповедуют около трехсот миллионов человек по всему миру, включая Россию, Балканские государства и страны восточной Европы. Приверженцы православной религии верят в Бога-Троицу: единство трех божественных ипостасей – Отец, Сын, и Святой Дух. Основным документом православной церкви, а также источником ее внутреннего права является Священное предание, которое содержит Священное Писание, толкование Священного Писания, богословские сочинения Святых Отцов, догматические определения и деяния Святых Вселенских и Поместных Соборов Православной Церкви, богослужебные тексты, иконопись, духовное преемство, выраженное в трудах писателей-подвижников, их наставлениях о духовной жизни.

В православной традиции существует несколько важнейших праздников:

- 1) Пасха, т.е. праздник Воскресения Христова;
 - 2) 12 двенадцятых (Рождество Христово, Вознесение, Преображение, Крещение, Сретение Господне, Успение, Благовещение, Рождество Богородицы, Введение во храм, Воздвижение Креста, Вход Господень в Иерусалим, Пятидесятница);
 - 3) великие праздники (Покров Пресвятой Богородицы, Обрезание Господне, Рождество и Усекновение главы Предтечи, апостолов Петра и Павла);
 - 4) дни памяти особо чтимых святых или священных событий.
- К таинствам православия относятся:
- 1) Крещение (это вход человека в Церковь, избавление от греха и возможность начать новую жизнь);
 - 2) Миропомазание (передача верующему благословения и даров Святого духа, которые укрепляют человека в духовной жизни);
 - 3) Евхаристия (причащение, приобщению человека к Богу);

- 4) Покаяние (прощение греха при условии искреннего раскаяния);
- 5) Соборование (прощение всех грехов, совершённых человеком, прощение об освобождении от болезней);
- 6) Елеосвящение (помазывание освящённым елеем, что позволяет избавиться от телесных недугов, даёт оставление грехов).

Ислам (в переводе с арабского «покорность», «предание себя Богу») – одна из трех главных мировых религий, самая поздняя по возникновению. Основателем ислама является Пророк Мухаммед (570–632 год н.э.). Во второй половине VII века первоначальный ислам разделился на две конфессии: суннизм (от «сунна» - «образец», «пример», «путь») и шиизм (от «шиа» - «партия», «группировка»). В VIII веке от шиитов отделилась конфессия, сторонники которой стали называть себя исмаилитами (по имени одного из духовных вождей VIII века - Исмаила). Суннизм, шиизм и исмаилизм – это три основные конфессии ислама. Всего же в исламе несколько десятков конфессий (существуют еще друзы, зейдиты, ибадиты и др.). Наиболее распространённая из них – суннизм, сторонниками которой являются около 80 процентов мусульман мира.

Исследователи считают, что ислам воспринял те же идеи, которые питали иудаизм и христианство, однако, ислам отличается от других религий следующими особенностями:

- 1) в исламе, более четко, чем в других религиях проведена идея монотеизма;
- 2) ислам более чем другие религии, требователен соблюдению своих правил;
- 3) ислам вобрал в себя много бытового: не только морально-нравственные правила поведения людей, но и юридические нормы, нормы семейно-брачных, интимных отношений.

Фундаментальными структурами исламского мира являются семья, клан, племя, с одной стороны, и понятия культуры, религии, империи на самом высоком уровне – с другой. Центрами лояльности и преданности в исламе всегда были небольшие группы и великая вера: племя и умма, а национальное государство никогда не имело такого большого значения, как на Западе [2].

Для российских мусульман также характерно совмещение двух этих тенденций: ориентации на свои этнические ценности (татарские, башкирские, чеченские, черкесские и др.) и восприятия себя как части полутора миллиардного «мусульманского мира» [3].

К основным мусульманским праздникам относятся:

- 1) Ашура – главная дата шиитского религиозного календаря, день поминовения шиитского имама аль-Хусейна ибн Али (внука пророка Магомета);
- 2) Курбан-байрам – праздник Жертвоприношения, один из главных мусульманских религиозных праздников; принесение кровавой жертвы (заколоть овцу, корову, верблюда);
- 3) Лайлат ал-бара – ночь Творения; вознесение особых молитв за умерших и во искупление грехов;
- 4) Лайлатал-кадр – ночь Предопределения, этой ночью было начато «ниспослание» Мухаммеду Корана;
- 5) Мавлюд – праздник в честь дня рождения пророка Магомета;
- 6) Мирадж – праздник в честь легендарного путешествия Магомета на белом сказочном животном Бураке из Мекки в Иерусалим, а оттуда по световой лестнице на небо для беседы с Аллахом. Отмечается 27 числа месяца раджаб (7 месяц лунного календаря).

Менеджер по персоналу, работающий на межнациональном или межконфессиональном предприятии, несомненно, должен быть компетентен в области знания конфессиональных особенностей работников организации. Необходимость этого в первую очередь объясняется тем, что основной причиной множества конфликтов является взаимное непонимание конфликтующими сторонами друг друга. В многоконфессиональном коллективе риск возникновения подобных столкновений особенно велик: религиозные традиции и особенности, а так же специфика празднования знаменательных дат и внешнего вида представителей одной конфессии, может быть превратно понята частью коллектива, исповедующей иную религию. Если конфликт не

возникнет немедленно, то со временем возмущение одной (или обеих) сторон может перерасти в «тихую войну» в коллективе, что, несомненно, скажется не только на психологическом климате в организации, но и на качестве выполнения работниками их должностных обязанностей.

Для превентивного решения подобных ситуаций мы предлагаем следующие шаги:

1) внесение идеи равенства представителей всех конфессий в философию организации и ознакомление с этим положением всех работников, приходящих в организацию;

2) добавление в расписание организационных мероприятий собрания коллектива в дни, считающимися праздничными для представителей той или иной конфессии, с целью ознакомления приверженцев иной религии с традициями их «оппонента». Это позволит минимизировать непонимание между работниками разных культур и таким образом заметно снизить частоту случаев проявления ксенофобии;

3) введение в компании особых праздников, которые не оскорбляли бы ни одну конфессию, но при этом служили мостами между культурами, например, «Фестиваль музыки», на котором представители разных культур могли бы знакомить «оппонентов» с любимыми произведениями. Это поможет установить точки совпадения интересов между работниками, относящимися к разным культурам, что, в свою очередь, будет способствовать формированию дружественного отношения к представителю другой конфессии;

4) проведение семейных мероприятий для работников предприятия с целью налаживания контактов между детьми представителей разных конфессий, для воспитания у них понимания равноценности всех религий и культур мира. Это будет способствовать не только появлению дружеских отношений между семьями работников, но и воспитанию подрастающего поколения в атмосфере толерантности, что со временем приведет к снижению числа конфликтов между православной и исламской культуре в целом.

Литература

- 1) Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – Москва : Айрис-Пресс, 2013. – 64 с.
- 2) Хантингтон, С.П. Столкновение цивилизаций / С.П. Хантингтон. – М.: АСТ, 2000. – 576 с.
- 3) Сулакшин, С.С. Традиционные конфессии в России [Электронный ресурс] / С.С. Сулакшин // «Центр научной политической мысли и идеологии». – М., 2008. – Режим доступа: <http://rusrand.ru/analytics/traditsionnye-konfessii-v-rossii> (дата обращения: 25.10.2013)

РОЛЬ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ В ВОСПРОИЗВОДСТВЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПЕРСОНАЛУ

Ю.С. Ковтунова,

студентка кафедры управления персоналом,

НИУ «БелГУ»

4 курс

Научный руководитель И. В. Шавырина,

кандидат социологических наук, доцент,

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

В современных условиях высокой конкуренции на рынке труда понятие трудового потенциала работников и его развитие становятся все более актуальными. Только в НИУ «БелГУ» в институте управления по данным 2013 года по направлению менеджмент обучается 362 человека, и все они по окончании учебы будут бороться за лучшие рабочие места, количество которых весьма ограничено.

Трудовой потенциал определяют в литературе как «совокупность духовных и физических свойств сотрудника, определяющих возможность его эффективного участия в экономической деятельности» [1]. Конкретно же потенциал можно определить как

заложенную предрасположенность к эффективному выполнению определенных функций, в благоприятных условиях способную развиться до умений и навыков[2]. Трудовой потенциал работника предполагает его возможность к саморазвитию, решению новых задач, возникающих в процессе труда.

Трудовой потенциал включает в себя три взаимосвязанных уровня:

1) психофизиологический уровень, включающий склонности и способности человека, его состояние здоровья, выносливость, работоспособность, тип нервной системы и так далее;

2) квалификационный уровень, в который входит объем, глубина и разносторонность специальных и общих знаний, трудовых умений и навыков, обуславливающих способность сотрудника к профессиональной деятельности определенной сложности и содержания;

3) личностный уровень включает в себя уровень его гражданского самосознания и зрелости, особенности усвоения работником норм и ценностных ориентаций по отношению к труду. Важное место здесь занимают потребности, интересы, запросы в данной области [3].

Говоря о понятии трудового потенциала применительно к управленческому труду, можно выделить конкретные наполняющие выделенных уровней, которые определяют специфику заложенного потенциала HR-менеджеров.

Так, например, важными составляющими трудового потенциала для менеджеров являются волевые качества (стремление к успеху), высокая работоспособность, мобильность, гибкость, настойчивость, самостоятельность, дисциплинированность, инициативность, креативность, творческие способности, ценностно-мотивационные качества, социальная компетентность, организаторские способности (лидерские качества) и квалификация.

Понятие трудового потенциала можно отнести к менеджеру в двух смыслах: как предмет управления и как составляющую профессионализма.

Смысл трудового потенциала как предмета управления, можно понимать исходя из того, что основной задачей менеджера является управление трудовым потенциалом сотрудников и его развитие. Для того чтобы повысить эффективность деятельности организации в целом и персонала в частности менеджеру необходимо вести работу по следующим направлениям:

- руководитель должен ставить перед собой и решать проблемы выявления личностного потенциала работника;
- переводить его в сочетание с групповым потенциалом; создавать условия для его максимального использования;
- обеспечить развитие личности и группы в интересах организации и самого работника.

Здесь уместно использовать два подхода к управлению трудовым потенциалом работников: технократический и гуманистический.

При технократическом подходе к человеку используется только квалификационный и психофизиологический потенциал, что существенно ограничивает возможности развития самой организации, так как ставит рамки, ограничивая инициативу. Гуманистический подход подразумевает использование и развитие всех составляющие потенциала, он развивает не только личность работника и организацию, но и социальное окружение[3].

Как составляющую профессионализма трудовой потенциал менеджера можно рассматривать как показатель профессиональной компетентности, средство к самоанализу и саморазвитию. Важным в структуре трудового потенциала менеджера являются потенциальные, перспективные или «неиспользуемые» возможности. Поэтому значительное внимание уделяется способности управленца к саморазвитию и самопреобразованию, которая определяется его мотивацией. Чем она выше, тем выше развитие трудового потенциала.

Мы считаем, что одним из определяющих направлений развития менеджера является развитие квалификационного потенциала. Фактом является то, что теоретические знания достаточно быстро устаревают. Это, несомненно, связано с интенсивным

развитием современных информационных технологий и техники. Именно поэтому постоянное повышение квалификации является необходимым условием успешности менеджера по персоналу.

Под повышением квалификации мы понимаем специализированное профессиональное обучение, направленное на пополнение и совершенствование уже имеющихся профессиональных знаний и практических навыков, с целью повышения компетентности работника и роста результативности труда.

Повышение квалификации может проводиться различными способами. Для менеджеров это могут быть школы управления, бизнес школы, МВА (Master of Business Administration) и РМР (Project Management Professional), причем как в России, так и за рубежом; а также специфические направления обучения: например кому то нужны курсы английского языка или делового общения, а кому то нужно усовершенствовать навыки работы со специализированными компьютерными программами – «1С: зарплата и управление персоналом», например.

Обучение может быть разным по форме посещения (вечернее, дневное или дистанционное), длительности занятий, и времени обучения, в общем. Так, например, на освоение некоторых программ и курсов можно потратить неделю, а вот обучению в МВА нужно будет отдать 2 года. Однако, для менеджеров по персоналу, с их динамичным характером работы приоритетными являются результативность, ясность и четкость полученных знаний, при минимальных затратах времени. Ведь специфика работы предполагает, что менеджер по персоналу должен не только развиваться сам, но и управлять развитием и повышением квалификации своего персонала. Исходя из этого, мы считаем наиболее эффективными методами повышения квалификации менеджеров по персоналу семинары и тренинги. Семинар является лидирующим в обмене теоретическим и практическим опытом между работниками, тренинг же превосходит семинар по возможности получения реальных практических навыков, освоению новых технологий работы. Но оба эти метода при их правильном чередовании, в единстве дают незаменимый опыт, необходимы для повышения квалификационного потенциала.

Семинар представляет собой один из практических видов деятельности по повышению квалификации, на котором специалисты слушают доклады (делятся профессиональным опытом) и участвуют в их обсуждении. Семинары создаются по определенным темам, имеют свои цели и задачи. Программа семинара структурирована и как правило состоит из нескольких дней. В качестве лекторов на семинары, зачастую приглашаются люди, имеющие ученую степень в обсуждаемой области знаний. Это позволяет получить качественно новые теоретические знания, повысить кругозор слушателей семинара. Также в качестве докладчиков могут выступать руководители фирм и подразделений, имеющих богатый опыт деятельности, касающийся обсуждаемой темы.

Как правило, организация любого семинара проходит 3 этапа: подготовительный (разработка плана семинара, приглашение лекторов, докладчиков и участников), организационный (процесс работы семинара) и рефлексивный (этап получения обратной связи). Последний является наиболее важным, так как позволяет определить целесообразность проведенного мероприятия, уровень доступности и полезности информации и в будущем исправить ошибки.

Полезность семинаров как формы повышения квалификации заключается в:

- возможности получения новых знаний, уже апробированных и примененных на практике;
- налаживании деловых партнерских связей;
- возможности поделиться собственным опытом и проанализировать допущенные ошибки в кругу квалифицированных специалистов.

Тренинг, прежде всего, представляет собой метод активного обучения. Под началом опытного руководителя работники, участвующие в тренинге, могут получить необходимые практические навыки, отработать их применение в условиях максимально близких к реальным. Тренинги могут быть абсолютно различной направленности – на сплочение, на доверие, на выявление лидерских и организационных навыков, на отработку конкретных управленческих технологий – результат всегда один – получение практических навыков.

Тренинги позволяют развивать коммуникабельность и умение общаться и взаимодействовать в коллективе, причем с абсолютно разными людьми, а именно эти навыки являются неотъемлемыми составляющими умений менеджера по персоналу.

При создании тренингов, как правило, не используются объемных теоретических блоков, это неэффективно, так как участники могут превратить все в дискуссию, желая поделиться собственными знаниями и опытом. Для того чтобы сделать тренинг динамичным, увлекательным и эффективным, используют проблематизацию. С нее можно начинать изучение любого управленческого инструмента или просто использовать в первой половине тренингового дня. Проблематизация на тренинге - это игра, содержащая интересную интригу и направленная на то, чтобы показать участникам, что они не будут успешны в управлении людьми без применения важных законов и правил управления. Теоретический блок отличается ясностью и четкостью и должен идти только после проблематизации. Основной упор тренингов - акцент на отработку умений. Задания в тренинге, как правило, используются сложные, но непосредственно связанный с профессиональной деятельностью участников.

Тренинг также как и семинар имеет свою программу, цели и задачи. В общем протекание тренинга можно разделить на 4 основных этапа:

1. Вводный этап тренинга - происходит введение участников в курс дела: им сообщается информация о целях тренинга и его структуре, дается примерный план конкретного содержания предстоящей им деятельности. Участники делятся друг с другом и с тренерами своими ожиданиями, тренеры, в свою очередь, осмысливают и оценивают услышанное. Важнейшая цель здесь – знакомство и налаживание первичного контакта между участниками и тренерами и внутри группы. На первом этапе тренинга участники последовательно представляются и рассказывают о себе и своих целях на тренинге. Проводятся упражнения на знакомство.

2. Обучающий этап – включает передачу знаний, умений, навыков – иными словами, нового опыта в целом. Происходит отработка нового инструмента, технологии. Практическая фаза является важнейшей в любом курсе. Без нее любые, даже ценнейшие сведения, рискуют остаться в сознании участников оторванными от жизни абстракциями или и вовсе вскоре забыться. Здесь уместно использование разборов как реальных случаев из практики, так и специальной созданных кейсов, в зависимости от специфики вашей темы. Основной этап тренинга завершается оценкой достигнутого. Это может быть организовано разными способами, от прохождения участниками стандартного теста на усвоение материала, до коллективной завершающей дискуссии. Оценка позволяет тренеру получить более-менее ясное представление о результатах, что может стать основой для корректив в последующих курсах.

3. Завершающий этап - включает подведение итогов и прощание. В это время обсуждается, насколько были удовлетворены первоначальные ожидания участников, что, по их мнению, они для себя вынеси с тренинга, что понравилось, а что можно было сделать лучше. Приносятся взаимные благодарности тренеров и участников, заполняются бланки обратной связи, выдаются сертификаты.

4. Посттренинг – система работы с персоналом, направленная на поддержание позитивных тренинговых эффектов и обеспечивающая применение знаний, умений, навыков, качеств, полученных участниками на тренинге, в ходе повседневной профессиональной деятельности. Посттренинг может проводиться в формате семинара, мастерской, повторения фрагментов тренинга, коучинга и наставничества, электронной переписки с тренером, внедрением дистанционного курса.

Полезность тренингов как формы повышения квалификации заключается в высоком уровне усвояемости практических навыков. Так же, как и семинар, тренинг позволяет наладить контакты с коллегами, однако, помимо того он дает бесценный опыт командного взаимодействия.

Таким образом, посредством семинаров и тренингов менеджеры могут совершенствовать свои знания, умения и навыки и гармонично развиваться. А это в свою очередь позволит им стать конкурентоспособными, востребованными на рынке труда специалистами.

Литература

1. Одегов, Ю.Г. Управление персоналом/ Ю.Г. Одегов, П.В. Журавлёв. – М.: Финстатинформ, 2007. – 326 с.
2. Андреев, С.В. Кадровый потенциал и проблемы занятости в условиях переходной экономики/ С.В. Андреев. – М. : Финстатинформ, 2008. – 217 с.
3. Трунин, С.Н. Экономика труда / С.Н. Трунин. – М.: Прогресс, 2009. – 409 с.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО УРОВНЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ШКОЛЬНИКОВ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

М. В. Козлова,

студентка кафедры педагогики и психологии ПензГТУ

Н. А. Бьюнова,

студентка кафедры педагогики и психологии ПензГТУ

Научный руководитель Н. Е. Мокиевская,

кандидат педагогических наук, доцент,

доцент кафедры педагогики и психологии ПензГТУ

Загрязнение окружающей среды, истощение природных ресурсов и нарушения экологических связей в экосистемах стали глобальными проблемами. И если человечество будет продолжать идти по нынешнему пути развития, то его гибель, как считают ведущие экологи мира, через два – три поколения неизбежна. На наш взгляд, это происходит потому, что у современного населения очень низок уровень экологической культуры. Возникает вопрос: кто и когда должен формировать у человека экологическую культуру? На наш взгляд, формированием культуры, в том числе и экологической, должна заниматься школа, так как приобретенные знания и умения в период обучения в школе, могут в дальнейшем преобразоваться в прочные убеждения. Экологическое образование выступает как сложный педагогический процесс. Знание основ экологии – это важнейший компонент экологической культуры, развиваемый у школьников [1].

На наш взгляд, экологическая культура – это уровень восприятия людьми природы, окружающего мира и оценка своего положения во вселенной, отношение человека к миру. Здесь необходимо сразу прояснить, что имеется в виду не отношение человека и мира, что предполагает ещё и обратную связь, а только отношение его самого к миру, к живой природе. И.П. Сафронов представляет экологическую культуру общества как систему диалектически взаимосвязанных элементов: экологических знаний, экологического сознания и экологической деятельности [2]. Мы солидарны с мнением И.П. Сафронова и считаем, что одной из составляющих экокультуры являются собственно экологические и связанные взаимодействующие с ними знания, которые выступают базисом, фундаментом адекватного отношения человека к экологическим проблемам. Другой фундаментальной содержательной составляющей частью экологической культуры, формирующей нравственно-эстетическое отношение к действительности, является система ценностных ориентаций. И наконец, экологическая культура личности немыслима вне ее деятельностно-практического отношения к действительности.

Одной из ключевых задач нашего исследования является определение уровня знаний экологии, ценностных ориентаций, конкретных действий школьников 5 и 7 классов. Для решения данной задачи нами были разработаны анкеты. В анкетировании участвовали 115 учеников 7 класса и 104 ученика 5 класса из МБОУ СОШ №35, МБОУ СОШ №60, МБОУ СОШ №51, МБОУ СОШ №59 (г. Пенза), а также из средней школы с. Константиновка Пензенской области и МБОУ СОШ №8 (г. Кузнецк). Исходя из результатов, мы делаем вывод, что если уровень экологических знаний и ценностей у школьников среднего звена удовлетворительный, то недостаток конкретных действий, направленных на защиту природы говорит о несформированной экологической культуре.

Анализ учебной литературы является чрезвычайно важным этапом нашей работы, поскольку именно здесь мы оцениваем процесс формирования экологической культуры.

Мы взяли два наиболее распространенных среди школ, участвующих в исследовании, учебника по экологии: Экология: Учебник для 5-6 классов общеобразовательной школы - Никишов А.И., Кузнецов В.Н., Теплов Д.Л. и Экология: Учебник. 7-9 классы - А.Т. Зверев, Е.А. Зверева.

Оба учебника содержат основные разделы современной экологии: биологическую, сельскохозяйственную, лесохозяйственную и водохозяйственную, промышленную и социальную экологию, а также экологию человека.

Проведя анализ, мы сделали вывод, что практических заданий и так предусмотрено мало (25-20%), так еще они практически не выполняются (9-12%). Таким образом, современная школьная программа удовлетворяет лишь один из компонентов экологической культуры – когнитивный, в то время как ценностному и действенному компоненту не уделяется должного внимания.

Результаты исследования показали, что недостаток практических заданий ведет к отсутствию экологических ценностей и действий, и, как следствие, к отсутствию экологической культуры. Именно поэтому в рамках проекта «Зеленые школы России» при поддержке Пензенского регионального отделения Зеленого движения России «ЭКА» мы разработали свою программу, состоящую из 10 циклов: "Энергосбережение", "Вторичная переработка", "Птицы в городе", "Цикл эко-еды", "Безопасность", "Водосбережение", "День Земли", "Защита леса от пожаров", "Цикл очистки любимых мест отдыха", "Безопасная упаковка".

В программе более 90% уделено практическим заданиям, творческим мероприятиям. Также предусмотрено ежедневное оценивание учеником самого себя с помощью специальных листов.

Следует отметить, что данная программа имеет динамический характер, позволяя наполнить ее содержанием, исходя из учебников, используемых преподавателем, возрастных и индивидуальных особенностей, способностей учеников, экологической ситуации в регионе.

Литература

1. Аттали, Ж. На пороге нового тысячелетия: Пер. с англ./ Ж. Аттали. – М.: Международные отношения, 2009. – 136 с.
2. Stapp, W.M. The Concept of Environmental Education / W. M. Stapp // The Journal of Environmental Education. – 2009. – № 1.
3. Ильина, А.Н. Теоретические проблемы воспитания у старшеклассников экологической культуры как части их мировоззрения: Дис. ... канд. пед. наук / А.Н. Ильина. – М., 2008.

РЕФЛЕКСИВНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОСТИ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

И.В. Коротаева

*студент кафедры возрастной и социальной психологии
факультета психологии НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель Н.Г. Фирсова,
ассистент кафедры возрастной и социальной психологи,
НИУ «БелГУ»*

В настоящее время на интересные и перспективные должности требуются личности с творческим отношением к действительности, открытые новому опыту, умеющие находить оригинальное решение в нестандартной ситуации. Креативность стала залогом успешной деятельности. В связи с этим, особую актуальность приобретает проблема развития и совершенствования человека, максимизации его творческих возможностей, проблема поиска средств развития креативности в процессе обучения [1].

Движущая сила человечества – это творческие личности. Выявление таких личностей является насущной задачей психологии, как и разработка теоретических основ творчества и креативности. И, несмотря на то, что проведено огромное количество исследований в области креативности, нет целостной ее концепции, отвечающей запросам философской, искусствоведческой, психологической и педагогической мысли. Не разработаны вопросы об источниках и детерминантах креативности, взаимосвязи личности и творчества, нет единого представления о понятии творческого потенциала личности и условиях творческой самореализации. Принципиальные расхождения в определениях творчества порождают вопросы о том, является ли креативность самостоятельным процессом или она характеризует совокупность, либо особенное протекание других процессов, возможны ли законы, позволяющие описывать креативность?

Многие психологи подходящим, сензитивным периодом для развития творческих способностей и креативности считают юношеский возраст. Формирование личности, ее черт, как совокупности индивидуально-психологических, интеллектуальных и социальных характеристик и свойств, завершается в юности. И именно данный возраст может являться наиболее благоприятным и, одновременно, завершающим для окончательного становления всего комплекса параметров и характеристик, необходимых для того, чтобы сформировалась креативность как личностное новообразование, имеющее свое дальнейшее приложение и развитие в профессиональной деятельности и жизнедеятельности.

Проблемами исследования рефлексивности в юношеском возрасте занимались Л.С. Выготский, Б. Г. Ананьев, С. Л. Рубенштейн, В.С. Библер, С.Ю. Курганов, М. Липман, М. Келлер, М. А. Холодная, А. В. Карпов, Г. П. Щедровицкий и многие другие видные деятели [2].

Проблему креативности в юношеском возрасте изучали такие учёные, как Г.С. Альтшуллер, Д.Б. Богоявленская, Е.Е. Васюкова, Ю.З. Гильбух, М.Р. Гинзбург, А.М. Матюшкин, Я.А. Пономарёв, М.А. Холодная и др [3].

В акте творчества и креативности предполагается работа теоретического мышления, и главным образом, рефлексивности, как одного из уровней мышления. В работах Б.Г. Ананьева, П.П. Блонского, Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, С.Л. Рубинштейна и других исследователей рефлексия предстает как объяснительный принцип функционирования психических процессов и в качестве средства для обоснования теоретических концепций психического развития. В связи с этим возникают вопросы, можно ли по рефлексивной способности судить о креативности человека? Можно ли утверждать, что креативный человек – это человек с развитой способностью к рефлексии или, наоборот, является ли человек, способный к рефлексии, креативным?

В связи с актуальностью изучения темы, мы провели исследование, направленное на изучение взаимосвязи рефлексивности с развитием креативности в юношеском возрасте. Мы предположили, что существует взаимосвязь между рефлексивностью и представлениями о реальной креативности в юношеском возрасте.

Для изучения взаимосвязи рефлексивности с развитием креативности в юношеском возрасте нами было проведено исследование среди студентов НИУ «БелГУ» в возрасте от 17 до 20 лет в количестве 40 человек.

Нами были использованы следующие методики: методика определения уровня рефлексивности А. В. Карпова, методика определения уровня развития креативных качеств Н. Ф. Вишняковой. Для подтверждения гипотезы в MS Excel была проведена статистическая обработка данных между параметрами «рефлексивность» и «реальная креативность», и между «рефлексивность» и «идеальная креативность». Также, использовались математические методы: t-критерий Стьюдента.

По данным методик (опросник определения уровня рефлексивности А.В. Карпова и тест «Креативность» Н.Ф. Вишняковой), обнаружено доминирование среднего уровня развития как рефлексивности, так и креативности.

Наличие креативных качеств и их проявление имеют значение при выборе будущей профессии и имеют социальную значимость в период становления личности как

будущего специалиста, поэтому важным моментом для продуктивной самореализации является развитие творческого мышления, которое позволяет уйти от общепринятых и привычных способов мышления и генерировать свежие идеи, которые затем можно оценить и отобрать из них наиболее полезные [1]. Существует множество техник, тренингов и упражнений, которые побуждают выдвигать максимальное число нестандартных решений. Многие из таких упражнений могут показаться банальными, но они помогают перестроить мыслительную деятельность. Типичным примером техники выдвижения идей служит «мозговой штурм», когда от участников требуется генерировать как можно больше разнообразных решений.

По t-критерию Стьюдента, между первыми двумя параметрами, нами была обнаружена связь на достоверном уровне (коэффициент корреляции 0,279336), между вторыми – не обнаружена (коэффициент корреляции 0,835327). Из этого следует, что существует взаимосвязь между рефлексивностью и представлениями о реальной креативности в юношеском возрасте. Таким образом, наша гипотеза подтверждается.

Развитие креативности напрямую связано жизненным опытом, уровнем знаний, образом жизни человека, с его межличностными взаимоотношениями. Расширив свой кругозор – став больше читать, путешествовать, общаться с интересными людьми, можно сделать большой шаг в сторону развития креативности своего мышления.

Но, прежде всего, необходимо воспринимать себя как человека творческого и разносторонне развитого, чувствовать уверенность и готовность рисковать, не останавливаться на достигнутом, соревноваться с самим собой в мастерстве.

Таким образом, креативность – важный фактор, определяющий продуктивно – созидательную направленность личности, составляющий основной стержень ее социальной ориентации в жизни, способствующий успеху во многих сферах.

Литература

1. Вишнякова, Н. Ф. Психологические основы развития креативности в профессиональной акмеологии : Дис. д-ра психол. наук: 19.00.13 / Н.Ф. Вишнякова. – Москва, 1996. – 394 с.
2. Психология рефлексии: проблемы и исследования // Вопросы психологии. – 1985. – № 3. – С. 31–40.
3. Ильин, Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер Серия: Мастера психологии, 2009. – 448 с.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ АДАПТАЦИЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

О.Ю. Кривошеева

*магистрант кафедры управление персоналом
института управления НИУ «БелГУ»*

3 курс

Научный руководитель Е.Н. Шутенко,

*кандидат психологических наук, доцент,
доцент кафедры управление персоналом НИУ «БелГУ»*

В настоящее время современные российские компании все большее внимание уделяют формированию работоспособного и эффективно функционирующего персонала. Адаптация персонала в организации является необходимым звеном кадрового менеджмента. К сожалению, важность мероприятий по адаптации работников в нашей стране недостаточно серьезно воспринимается кадровыми службами на протяжении долгого периода. До сих пор многие организации не имеют даже базовых программ адаптации. Внедрение системы управления адаптацией в предприятия представляет собой достаточно сложную задачу, но от ее решения зависит решение следующих важных задач: уменьшение стартовых издержек, уменьшение текучести кадров, более быстрое

достижение рабочих показателей, приемлемых для организации-работодателя, вхождение работника коллектив, в его неформальную структуру, снижение тревожности и неуверенности, испытываемых новым работником.

В современной литературе существует довольно много определений понятия «адаптация персонала», что может быть объяснено сложностью и комплексностью данного термина.

По нашему мнению, более полное определение понятия «адаптация» дает Кибанов А.Я.: «Трудовая адаптация персонала - взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенном включении работника в процесс производства в новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных, экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха» [1].

Система адаптации разрабатывается индивидуально для каждой компании и включает в себя несколько мероприятий, которые дополняют друг друга и помогают сотруднику:

- подробнее ознакомиться с деятельностью предприятия;
- понять организационную и структуру принятия решений принятую в компании;
- понять суть работы, и что от него требуется;
- быстрее обучится не обходимым для работы дополнительным навыкам;
- быстрее установить отношения с коллегами;
- найти своё место в команде.

Адаптация сотрудника - процесс длительный. Его продолжительность зависит от личностных качеств работника и от того, насколько успешно проводились адаптационные мероприятия линейным менеджером и менеджером по персоналу. Обычно этот процесс длится около трех месяцев. В течение этого времени менеджер по персоналу осуществляет контроль за адаптацией каждого сотрудника. С ним проводятся ежедневные неформальные беседы, в ходе которых становится ясным, насколько он удовлетворен работой, какой ценой она ему дается, как принимает его коллектив, существуют ли трудности во взаимопонимании с руководством, создалось ли ощущение психологического комфорта. С целью получения информации о том, насколько успешно овладевает сотрудник системой профессиональных знаний и навыков, как он выполняет требования трудовой дисциплины, сохраняет ли интерес к работе – менеджер по персоналу проводит беседы с менеджером данного сотрудника. В случае обнаружения каких-то проблем принимаются необходимые меры. Контроль за работой осуществляется в форме еженедельных отчетов новых сотрудников перед менеджером по персоналу. Каждый стажер заполняет определенную форму, в которой отражается информация о проделанной за неделю работе. Менеджер знакомится с отчетом, дает комментарий (оценку), ставит подпись. Отчет сдается менеджеру по персоналу, при этом обсуждаются результаты работы, делаются выводы, оказывается необходимая помощь в решении возникших проблем. Такая форма отчетности действует на протяжении всего периода адаптации.

Процесс адаптации можно считать законченным, если:

- работа не вызывает у сотрудника чувства напряжения, страха, неуверенности, стала привычной для него;
- он овладел необходимым объемом знаний и навыков;
- поведение новичка отвечает требованиям его должности и начальства;
- рабочие показатели сотрудника устраивают непосредственных руководителей (соответствуют установленным нормативам);
- у человека выражено желание совершенствоваться в профессии, с которой он связывает свое будущее;
- он чувствует удовлетворенность выполняемой работой, считает оценку своего трудового вклада справедливой;
- удачу в профессиональной деятельности связывает с жизненным успехом;
- установлены дружеские связи с некоторыми членами коллектива и ровные отношения с группой [2].

При разработке системы адаптации удобным инструментом для менеджера по персоналу является Матрица адаптации, применение которой позволяет сформировать перечень адаптационных инструментов для нового сотрудника в зависимости от его должности. Матрица адаптации подразумевает ответ на четыре вопроса: кого адаптируем; когда это происходит; как адаптируем; кто ответственен за процесс адаптации [3]. Применение Матрицы адаптации позволяет формировать перечень адаптационных инструментов для нового сотрудника в зависимости от его должности и является отличным инструментом, применение которого позволит службе персонала упорядочить существующие в компании действия по адаптации персонала и повысить ее эффективность.

Как правило, окончание адаптационных мероприятий совпадает с окончанием испытательного срока нового сотрудника.

Таким образом, результатом внедрения системы оценки станет возможность обоснованного принятия решения о продолжении работы с новым сотрудником, понимание, насколько полно новый сотрудник владеет требуемыми на данном месте работы компетенциями, знаниями, умениями, навыками, какие он демонстрирует личностно-деловые качества, каков его потенциал развития.

Литература

1. Добровинский, А.П. Управление персоналом в организации/ А.П. Добровинский. – Томск: ТПУ, 2011. – 416 с.
2. Веснин, В.Р. Управление персоналом. Теория и практика/ В.Р. Веснин. – М.: КНОРУС, 2009. – 688 с.
3. Иванова-Швец, Л.Н., Тарасова, С.Л. Управление персоналом/ Л.Н. Иванова-Швец, А.А. Корсакова, С.Л. Тарасова. – М.: ЕАОИ, 2008. – 200 с.

ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

И. Н. Маленкова,

*студент кафедры менеджмента и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «БрГУ»,
3 курс*

*Научный руководитель А. М. Патрусова,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «БрГУ»*

Каждый руководитель должен знать, что эффективные коммуникации являются одним из ключевых элементов успешного функционирования компании. Коммуникация оказывает воздействие на формирование социальных установок и ценностных ориентаций членов коллектива, на активность его общественного мнения, на состояние коллективного настроения. Именно поэтому руководству организации необходимо уделять внимание поддержанию эффективности коммуникаций.

Под эффективными коммуникациями принято понимать некий обмен информацией, на основе которого руководитель получает возможность принятия эффективных решений и доводит до сотрудников принятые решения.

Можно с уверенностью сказать, что основным препятствием на пути достижения целей организации являются неэффективные коммуникации. Основная причина низкой эффективности коммуникаций в организациях заключается в том, что коммуникация - это обмен. В ходе обмена обе стороны играют активную роль: недостаточно лишь передать информацию - необходимо, чтобы другая сторона восприняла ее. Главная цель коммуникационного процесса заключается в обеспечении понимания передаваемой информации [1].

Выделяют восемь основных категорий коммуникационного процесса, без которых не возможно существование его. К ним относят такие составляющие как: отправитель,

сообщение, канал, код, контекст, получатель, шум, обратная связь. Все перечисленные категории тесно взаимосвязаны, и только воздействуя друг на друга они будут образовывать процесс коммуникации, эффективность которого будет напрямую зависеть от степени согласованности данных элементов [2].

Таким образом, процесс коммуникации, можно разделить на несколько основных этапов, а именно:

- формирование сообщения отправителем - формулирование идеи, осознание необходимости передать сообщение;
- выбор канала связи и отображение сообщения с помощью системы кодов;
- передача закодированного сообщения отправителем;
- восприятие закодированного сообщения получателем;
- расшифровка кода и формулирование идеи сообщения;
- реакция на воспринятое сообщение [2].

Важно отметить, что вследствие несовершенства кода, различий в интерпретации контекста и воздействия шумов на каждом этапе коммуникативного процесса смысл воспринятого сообщения может (существенно) отличаться от начального, сформулированного отправителем [3].

Различают межличностные и организационные коммуникации.

Если проблемы межличностных коммуникаций кроются в индивидуальных особенностях людей и контексте передачи сообщения, то основным фокусом организационных коммуникаций становится создание эффективной системы передачи сообщений [3].

Основные барьеры на пути межличностных коммуникаций:

- барьеры восприятия - неоднозначность интерпретации смысла сообщения, что зависит от различий в индивидуальных контекстах. Чаще всего это проявляется в виде конфликтов между сферами компетентности и преград, обусловленных установками людей;
- семантические барьеры – неоднозначность толкования смысловых оттенков слов, паралингвистических (интонация, тон, скорость) и невербальных факторов речи (жесты, мимика, поза, взгляд);
- барьеры обратной связи – неэффективная обратная связь, не дающая отправителю достаточной информации о правильности восприятия его сообщения;
- неумение слушать – люди чаще ориентированы на экспрессию собственного внутреннего мира, чем на восприятие и анализ внешней информации [4].

Барьеры на пути организационных коммуникаций:

- искажение сообщений. Возможные причины: непреднамеренно, в результате затруднений в межличностных коммуникациях; сознательно, когда кто-либо из менеджеров среднего звена не согласен с сообщением и модифицирует его таким образом, чтобы сообщение отражало его интересы; в результате фильтрации; из-за статусных различий; из-за страха перед наказанием или при ощущении бессмысленности коммуникации;
- информационные перегрузки - превышение реальных возможностей системы и входящих в нее людей обрабатывать информацию;
- неэффективная структура организации - чем выше в организации вертикаль власти (количество иерархических уровней), тем больше вероятность искажения информации;
- некомпетентность персонала – коммуникативная, профессиональная и методологическая;
- неэффективный способ организации работ и распределения задач;
- конфликты как между подразделениями, так и между людьми [4].

Для повышения эффективности коммуникаций в организации учеными в области менеджмента были разработаны пути (способы) повышения эффективности коммуникаций в организации:

- создавайте системы обратной связи;
- регулируйте информационные потоки;
- предпринимайте управленческие действия, способствующие облегчению обмена информацией по вертикали и горизонтали.
- разворачивайте системы сбора предложений;
- используйте внутриорганизационные информационные системы: корпоративные печатные издания, стенгазеты, стенды, Интранет и т. п.
- применяйте достижения современных информационных технологий [5].

Важнейшей особенностью общения является то, что оно осуществляется людьми на основе их межличностного восприятия. Впечатления, оценки, мнения, которые возникают при контакте, играют существенную роль в построении официальных и неофициальных отношений, в личностном взаимообогащении членов коллектива [5].

Все вышеизложенное было закреплено на практике. Объектом исследования являлось предприятие, предоставляющее услуги хранения и складирования продукции, расположенное в городе Братске. Среди персонала организации было проведено анкетирование, которое позволило определить, насколько эффективными являются коммуникации в данной компании. Анкета содержала в себе десять вопросов закрытого типа, весь персонал был разбит на два подразделения: администрация и производственный персонал. Это помогло выявить взаимосвязь этих подразделений.

В ходе наблюдения и анкетирования были выявлены такие организационные проблемы как слабая организационная культура, низкая эффективность коммуникаций, а также напряженные отношения внутри коллектива, все это в свою очередь напрямую будет влиять на производительность труда.

По итогам проведенной работы был разработан комплекс мероприятий, который включает в себя деловые игры, мероприятия типа «тимбилдинг», различного рода тренинги. Данная программа была активно принята руководством организации и использована относительно персонала. Спустя два месяца после внедрения программы, было отмечено улучшения в области работы организации, как в целом, так и в отношениях между персоналом. Показатели производительности труда стали выше, было выявлено повышение эффективности коммуникаций. На достигнутом руководство организации не останавливается, данная программа будет использоваться и далее.

Таким образом, коммуникации – это доведение информации от одного человека до другого или до группы людей с целью добиться взаимопонимания, позволяющего принять хорошее решение. Обеспечение взаимопонимания не означает, что люди должны соглашаться друг с другом. Это означает, что люди должны иметь относительно точные представления о том, что человек или группа пытаются им сообщить. Коммуникация считается надежной или эффективной, когда члены организации доводят информацию друг до друга и все участвующие стороны относительно ясно понимают, что данная информация означает. Коммуникация неэффективна в тех случаях, когда люди либо не получают необходимой информации, либо не вполне уверены в том, что полученная информация означает [6].

В заключение данной работы можно сделать следующий вывод: эффективные коммуникации способствуют повышению показателей деятельности организации и уровня удовлетворенности работников трудом, формированию чувства сопричастности к работе компании.

Литература

1. Титова, Л.Г. Деловое общение: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Л.Г.Титова. –М.: ЮНИТИ–ДАНА,2009. – 271 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – М.: Издательство Юрайт, Серия: Бакалавр. Базовый курс, 2013. – 468 с.
3. Плотников, М.В. Эффективные коммуникации в организации, интернет-статья [Электронный ресурс]. URL:

http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html (дата обращения: 16.10.2013).

4. Гапоненко, А.Л. Теория управления: Учебник. Изд. 3-е, доп. и перераб. / Под общ. ред., А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухина. – М.: РАГС, 2008. – 560 с.

5. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения: учебник для вузов / Под ред. В.Н.Лавриненко. – 5 – е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 415 с.

6. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М: Издательство Юрайт, 2012. – 463 с.

ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ К РАБОТЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Л.Г. Мамедова,

*магистрант кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»*

Научный руководитель О.В. Куликова,

*кандидат психологических наук,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Процедуры адаптации персонала призваны облегчить вхождение новых сотрудников в жизнь организации. Практика показывает, что 90% людей, уволившихся с работы в течение первого года, приняли это решение уже в первый день своего пребывания в новой организации. Как правило, новичок в организации сталкивается с большим количеством трудностей, основная масса которых порождается именно отсутствием информации о порядке работы, месте расположения, особенностях коллег и т.д. То есть специальная процедура введения нового сотрудника в организацию может способствовать снятию большого количества проблем, возникающих в начале работы.

Кроме того, способы включения новых сотрудников в жизнь организации могут существенно активизировать творческий потенциал уже работающих сотрудников и усилить их включенность в корпоративную культуру организации. Для руководителя же информация о том, как организован в его подразделении процесс адаптации новых работников, может многое сказать о степени развития коллектива, уровне его сплоченности и внутренней интеграции. Проблема заключается в несоответствии реальных действий со стороны руководства туристических фирм и рекомендуемых мероприятий в обеспечении процесса адаптации молодых специалистов в профессиональной деятельности на его начальном этапе.

Вопросам адаптации персонала, в том числе в условиях туризма, посвящено немало исследований отечественных и зарубежных ученых, в том числе В. Верхоглазенко, Ю.Н. Богданова, А. Бурмистрова, Н.И. Кабушкина, И. Гущина и других.

Проблемы адаптации как процесса приспособления к профессиональной деятельности рассматриваются в работах А.Я. Кибанова, Д.К. Захарова, С.Г. Попова, В. Волины, А.В. Филиппова и др.; вопросы социально-психологической адаптации – в работах Т.Ю. Базарова, Е.С. Жарикова, В.В. Травина и др.

В работах находятся различные понимания и мнения авторов на те или иные аспекты изучаемой проблемы. По мнению Ю.А. Урманцева, адаптация представляет собой сообразную или сообразуемую с особенностями объекта и среды его обитания систему признаков, способную реализовать его (объекта) цели в этой среде, созданную и создаваемую в ответ на действительные и возможные действия факторов [1]. В.Н. Грибов отмечает, что адаптация как процесс взаимодействия среды и организма направлена на достижение равновесия, что является итогом адаптации. Процесс удержания равновесия через адаптацию называется гомеостазисом.

Таким образом, можно судить о многогранности исследования различными авторами проблемы адаптации. Процесс адаптации необходим для вхождения личности в новую для него сферу обитания, но зачастую далеко не все предприятия, в том числе и туризма, помогают новому работнику в этом. Основная проблема текучести кадров заключается в нежелании или невозможности адаптировать молодого специалиста на предприятии.

Можно привести определение адаптации Эдгара Штейна: «Процесс познания нитей власти, процесс достижения доктрин, принятых в организации, процесс обучения, осознания того, что является важным в этой организации или ее подразделениях» [2].

Адаптация проходит быстрее и успешнее, если правильно выбрана профессия. Проблема выбора профессии молодежью представляет как теоретический, так и практический интерес. С одной стороны, в ней отражаются стремления, намерения молодежи, с другой – конкретное осуществление этих намерений, реализация личных планов. Выбор профессии поддается управлению путем целенаправленного формирования личных намерений и интересов у молодежи с учетом социально-экономических потребностей общества и приведением в соответствие стремлений, личных планов молодежи с возможностями их реализации.

Как гласит концепция Высшей школы сервиса в Лозанне - всемирно известного учебного заведения, которое уже более ста лет ведет подготовку менеджеров, «в сфере туристско-гостиничных услуг может работать тот человек, который испытывает потребность в оказании услуги другому человеку и от этого в высшей степени получает удовлетворение» [3].

В настоящее время в России турфирмы испытывают постоянную потребность в омоложении кадров. Однако не каждый человек подходит для данной работы. Необходимо обладать многими качествами, главные из которых – гостеприимство, профессионализм, ответственность. Будущий работник должен быть терпеливым и доброжелательным.

Задача кадровой службы турфирм (кроме того, чтобы дать специальные знания) – научить студента и молодого сотрудника смотреть на все предлагаемые услуги, на все происходящее в турфирме глазами клиента. Только в этом случае можно достичь успеха. Поставив себя на место клиента, можно найти выход из любой ситуации, хотя руководителям подразделений нужно делать все, чтобы таких ситуаций было как можно меньше.

В ведущих турфирмах мира тщательно подбирают кадры на первом этапе – путем скрининга и использования передовых методов. Они проходят тренинг в самых современных туристических компаниях. Следовательно, залогом будущего удовлетворения профессией будет практика студентов в авторитетных турфирмах. Руководители же должны вдохновлять подчиненных личным примером, поскольку их пассивность не научит персонал работать отлично.

Задачи, связанные с управлением адаптацией, имеют своей конечной целью практический аспект, который отражает дифференциацию основных структурных компонентов.

В результате нашей работы с туристическими компаниями г. Белгорода нами предложена структурно-функциональная модель организации эффективного управления адаптацией персонала данных компаний.

Данная модель ориентирована на компании, численностью работников в пределах от 5-6 чел. до 30 чел. В этом случае функции руководителей структурных подразделений (уровень низшего звена) совмещает линейный менеджер. Если численность работников турфирмы составляет более 30 чел., то часть функций линейного менеджера делегируется руководителям структурных подразделений. Из этого следует, что предприятиям туристического бизнеса, деятельность которых во многом обусловлена фактором сезонности, целесообразно использовать трехуровневую систему управления адаптацией:

управление на уровне руководителей высшего звена, управление на уровне линейного менеджера и управление на уровне низшего звена или уровне отдельных подразделений.

Охарактеризуем составляющие разработанной структурно-функциональной схемы организации эффективного управления адаптацией предприятий туристического бизнеса. На первом уровне, осуществляемом руководством предприятия, проводится стратегический анализ рынка туруслуг и рынка труда, в результате чего определяются виды туруслуг, которые, с одной стороны, востребованы, а с другой стороны, могут быть обеспечены адаптацией. Основной целью данного уровня является создание системы управления кадрами, которая базируется в основном не на административных методах, а на экономических стимулах и социальных гарантиях, ориентированных на сближение интересов работников с интересами предприятия в достижении высокой производительности труда, повышении эффективности предоставляемых туруслуг, получении высоких экономических результатов.

Эффективное управление адаптацией на данном уровне включает этапы: определение принципов организации управления адаптацией; формирование кадровой политики; принятие управленческих решений по организации управления адаптацией; контроль выполнения управленческих решений.

Второй уровень организации эффективного управления адаптацией предприятий туристического бизнеса - это организация эффективного управления на уровне линейного менеджера. Исходным этапом здесь является наем персонала. От того, каким образом будет произведен набор работников, зависит вся последующая работа по управлению адаптацией.

Традиционно считается, что работа по найму сотрудников является приоритетной функцией кадровых подразделений. На наш взгляд, эти функции должен выполнять линейный менеджер по персоналу. Такая позиция обоснована следующим. Во-первых, поскольку непосредственно управляет работниками не кадровое подразделение, а линейный менеджер по персоналу, то именно он в большей степени заинтересован в эффективности проведения процедуры найма работников для выполнения тех или иных должностных обязанностей. Во-вторых, именно линейный менеджер может реально оценить потребность в дополнительном персонале, связанную со стратегией развития предприятий туристического бизнеса или сложившейся конкретной ситуацией на предприятии. В-третьих, только линейный менеджер может сформулировать конкретные профессиональные, деловые и личностные требования к кандидату на ту или иную должность. Профессиональное обучение персонала - это систематический процесс формирования у работников предприятий гостиничного бизнеса теоретических знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения поставленных перед ними задач. Этими вопросами должен заниматься также линейный менеджер по персоналу, поскольку он в полной мере информирован о конкретных видах деятельности и об уровне соответствия реальных знаний, умений и навыков работника. Важнейшими методами обучения на рабочем месте являются: метод усложнения заданий, смена рабочего места (ротация), направленное приобретение опыта, производственный инструктаж, использование работников в качестве ассистентов, метод делегирования части функций и ответственности.

Следующим этапом управления на уровне линейного менеджера является разделение и нормирование труда, в котором выделяются следующие основные виды:

- функциональное разделение труда между различными категориями работников предприятий туристического бизнеса;
- разделение труда между группами работников по признаку технологической однородности работ (профессиональное разделение труда);
- разделение труда между группами работников в зависимости от сложности работ (квалификационное разделение труда).

Норма времени определяет необходимые затраты времени одного работника (турагента или туроператора) на выполнение единицы работы и измеряется в человеко-часах или человеко-днях. Норма выработки определяет объем оказанных туруслуг, которые должны быть оказаны одним работником за данный отрезок времени (день, неделю, месяц). Норма обслуживания определяет необходимое количество туристов, закрепляемых для обслуживания одним работником туристического предприятия.

Мотивация труда работников предприятий туристического бизнеса представляет собой совокупность обстоятельств (причин и условий), побуждающих персонал к этому виду трудовой деятельности. Очевидным является то, что среди побуждающих обстоятельств ключевое место занимают материальные, духовные и социальные потребности персонала, осознаваемые ими в процессе оказания туруслуг.

Каждый работник предприятий туристического бизнеса должен знать, как оцениваются его трудовые результаты. Труд, который не оценивается или оценивается неправильно, становится бессмысленным и малопродуктивным. Стимул - это инструмент мотивации, внутренние и внешние воздействия, побуждающие человека к труду. Чем более точно выбраны стимулы, тем выше вероятность того, что работник отреагирует на них так, как того требуют интересы предприятия. Стимулы, как и мотивы, бывают материальными (денежными) и нематериальными (моральными). Материальные стимулы, в свою очередь, делятся на прямые и косвенные.

Деловое оценивание персонала туристических предприятий - это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала (способностей, мотивации и личностных качеств) требованиям, предъявляемым выполнением определенного вида деятельности в комплексе оказания туруслуг. Оцениванию подвергаются не просто возможности работника, его профессиональная компетентность, но и реализация этих возможностей в ходе выполнения поручений, обязанностей, соответствие процесса выполнения основной работы определенной идеальной модели, а результатов труда - нормативным требованиям, запланированным показателям, целям предприятия.

Социальное партнерство - это система отношений между наемными работниками и собственниками, при которых определяются различия экономических интересов разных социальных групп и право каждой из них отстаивать свои интересы через поиск компромиссов, путей взаимопонимания и сотрудничества в условиях согласия; это система мер, обеспечивающих сотрудничество наемных работников с работодателями.

Социальное партнерство в туристическом бизнесе предложено рассматривать как этическое понятие и организационный принцип. Практика показывает, что многие проблемы туристического предприятия решаются проще, если стороны (работодатель и наемные работники) являются партнерами, а не группами, ориентированными на конфликт. Социальное партнерство предусматривает признание определенного уровня взаимной зависимости и солидарности в межличностном и социальном контексте.

Третьим уровнем является управление непосредственным исполнением стоящих перед предприятием задач. Данный уровень управления адаптацией обеспечивается в соответствии с узкофункциональной направленностью деятельности либо структурного подразделения предприятия, либо отдельных его звеньев. Он включает следующие этапы: распределение обязанностей в соответствии с поставленными задачами; контроль за выполнением поставленных задач; создание благоприятного социально-психологического климата; обеспечение трудовой дисциплины.

Предложенный механизм реализации организационно-функциональной модели управления адаптацией персонала туристического предприятия является методическим инструментом управления адаптацией турфирмы для молодых специалистов.

Как видно из представленной схемы, ее заключительным элементом является оценка конкурентоспособности персонала. Особое внимание следует обращать на то, что

оцениваемые группы задач должны быть одинаковыми для всех работников. Это даст возможность получить сравнительную оценку конкурентоспособности персонала.

Таким образом, молодой специалист, придя на работу в турфирму со своими представлениями о том, «как должно быть», сталкивается с действительностью и начинает понимать, как на самом деле обстоят дела в компании: насколько замечается и оценивается вклад нового сотрудника, как относятся к инициативам и рвению, как смотрят на новичка руководители и сотрудники-«старожилы». Работник после периода адаптации в компании улавливает разницу между декларируемыми и реальными правилами. И на основании своих ценностей, стереотипов и внутреннего климата в компании начинает адаптироваться к организации, формируя свою стратегию поведения.

Именно поэтому важно придерживаться предложенной структурно-функциональной модели организации эффективного управления адаптацией персонала в условиях турфирмы, которая призвана помочь в подготовке реально адаптированного сотрудника.

Перспективы дальнейших исследований мы связываем с проработкой новых вопросов адаптации и управления персоналом в туризме, популяризацией и практической апробацией предложенной модели среди туристических компаний г. Белгорода.

Литература

1. Грачев, М.В. Суперкадры: Управление персоналом в международной корпорации / М.В. Грачев. – М.: Дело ЛТД, 2008. – 352 с.
2. Розин, М. Новые подходы в менеджменте персонала / М. Розин // Управление персоналом. – 2008. – №9. – С. 46-48.
3. Щекин, Г. Профессия – менеджер по кадрам / Г. Щекин // Кадры, персонал. – 2010. – №8. – С. 19-26.

ИНСТИТУТ СТАЖЕРСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А. В. Моргун,

*студентка кафедры менеджмента организации
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель И. В. Шавырина,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Ежедневно любая компания сталкивается с проблемой дефицита высококвалифицированных кадров и острой нехваткой специалистов – таковы реалии современного рынка труда. Большинство компаний во всем мире констатирует нехватку специалистов различного уровня – от линейного персонала до ТОП-менеджмента.

Причин и способов решения этой проблемы немало, одним из вариантов может быть привлечение студентов и недавних выпускников ВУЗов, организация стажерских программ. На наш взгляд, эти программы могут принести пользу, как молодым специалистам, так и самой компании.

Каждый год на рынке труда растет предложение рабочей силы. Большую часть желающих работать составляют выпускники ВУЗов. Они молоды, активны и легче обучаются.

Как показал опрос, проведенный Исследовательским центром рекрутингового портала SuperJob.ru в 2012 году, половина российских компаний принимает сотрудников на стажировку[1]. Многие компании – лидеры отраслей ежегодно ждут стажеров, разрабатывая для них специальные программы. Но есть и те, кто отвергает применение

навыков молодых специалистов. Для компании есть как плюсы, так и минусы сотрудничества с молодежью.

Одним из положительных моментов привлечения стажеров является дешевизна использования молодой рабочей силы. Кроме того сотрудник, выросший внутри компании, зачастую обладает более адекватными финансовыми запросами, чем кандидаты с рынка [1].

К тому же молодые специалисты без опыта проявляют большую лояльность. В ряде случаев проще взять молодого специалиста с хорошим теоретическим багажом знаний и обучить его стандартам работы в компании, нежели найти опытного человека и пытаться его интегрировать в корпоративную среду. Бывший студент достаточно гибок в общении и способен адаптироваться к условиям в компании.

Не секрет, что молодежь более обучаема, очень быстро приобретает новые знания и навыки, ответственно подходит к выполнению задач, чтобы как можно быстрее себя зарекомендовать для дальнейшего продвижения по карьерной лестнице.

Основной плюс состоит в том, что из стажера можно воспитать практически идеального сотрудника - приверженца корпоративной культуры компании, её внутренних правил и ценностей, привыкшего существовать в рамках реалий компании.

В привлечении стажеров есть два основных и наиболее критичных недостатка. Первый состоит в том, что обучение младших специалистов требует затрат времени опытных сотрудников. При этом результат обучения не гарантируется. А подобные затраты времени могут повлечь за собой негативные последствия для бизнеса компании.

Второй минус заключается в том, что молодой сотрудник может использовать компанию как трамплин для последующего старта и в самый неподходящий момент, несмотря на все вложенные в него инвестиции, развернуться и уйти к конкуренту. И, конечно, наличие большого количества молодых специалистов в один прекрасный момент может сказаться на качестве предоставляемых услуг компании [2].

Так же существует опасность конкуренции между молодежью и более опытными коллегами. Персонал, имеющий значительный опыт работы, но в тоже время переступивший определенные возрастные рамки, понимая, что растёт новое поколение им на смену, может саботировать любые начинания в организации стажерских программ. Нередко они препятствуют развитию и обучению новых сотрудников.

На наш взгляд, пренебрегать молодыми специалистами не стоит. Все больше компаний рассматривают стажерские программы как необходимый элемент своей HR-политики, то есть политики управления персоналом. Недалек тот день, когда за талантливого студента придется бороться так же, как сейчас – за опытного профессионала. Поэтому задача HR как раз состоит в том, чтобы превратить для руководства компании все обозначенные минусы в очевидные плюсы [3].

Стажеры – это реальное подспорье для постепенной разгрузки высших специалистов, чтобы у них оставалось больше времени на решение более серьезных задач. Программы стажировок лучше выстраивать исходя от потребности самого стажера. Это могут быть и стажировки в ходе реальной работы, и курсы обучения с тестированием на выходе, и сотрудничество с институтами в рамках организации обучающих курсов в ходе лекционных программ в институте. При организации стажерских программ менеджеру или руководителю важно обратить внимание на несколько аспектов.

Для начала необходимо проанализировать и оценить, на какие задачи можно использовать стажеров. Это могут быть рутинные операции по заполнению табличек Excel, статистический анализ данных, заполнение и оформление документов, рассылка писем и т.п. При этом важно не допустить негативного отношения к стажерам, а наоборот выделить те рабочие моменты в деятельности компании, где стажерские навыки могут оказаться полезными. В то же время следует обратить внимание на следующий момент:

если мы хотим, чтобы молодой сотрудник ярко себя проявлял, то необходимо дать ему шанс показать себя в различных направлениях деятельности, а также усложнять задачи по мере накопления опыта, а не заваливать сплошной рутинной [4].

Далее необходимо произвести качественный отбор претендента при приеме в штат или на стажировку, используя максимальное количество не только стандартных вопросов собеседований, но и различные оценочные тесты и кейсовые ситуации, максимально приближенные к бизнесу компании. В этом деле может оказаться полезным сотрудничество с ВУЗами и чтение лекций в институтах, в ходе которых у компании появляется возможность оценить и выделить наиболее выдающихся студентов.

Многие компании в России назначают в рамках компании ответственного сотрудника, так называемого наставника, который будет присматривать за стажером, ставить ему задачи, оказывать необходимую помощь и контролировать результаты выполняемой работы. При этом важно в первый день стажировки проговорить и со стажером, и с его наставником все ожидания, сроки и предполагаемые результаты, чтобы процесс стажировки был максимально прозрачным.

С нашей точки зрения, наставник – это человек, который поддержит нового сотрудника, познакомит его с корпоративными ценностями, поможет адаптироваться в коллективе, освоить необходимые для работы на данной должности в данной компании навыки. Прошли времена, когда наставники воспринимали свои обязанности как ненужную обузу, отрывающую от основной работы. Хорошему наставнику сотрудничать так же выгодно, как и стажёру. Обучая, он также учится, переходя на более высокий уровень профессионализма. Это отражается на развитии компании в целом.

Один из самых стрессовых, но интересных способов обучения – создание наставником неких обучающих ситуаций, оказавшись в которых молодые специалисты вынуждены самостоятельно принимать решения, подчас учась на собственных ошибках. Этот своеобразный курс молодого бойца поможет стажеру быстро адаптироваться в компании и овладеть необходимыми навыками [5].

Ещё одним немаловажным моментом является мотивация обоих участников процесса. Она может быть как материальной, так и нематериальной. Например, мы можем использовать бонусную схему для наставника, если стажер пройдет испытательный срок. При этом оценка прохождения испытательного срока должна проводиться независимым участником. Либо в случае отсутствия финансовой мотивации наставника мы можем применять другие способы его поощрения. Это могут быть выделение лучшего наставника отдельной грамотой или призом на общекорпоративных мероприятиях компании, поощрение в виде месяца бесплатных обедов, выделение скидки на продукцию компании и т.п. В отношении стажера также важно применять различные виды поощрения, особенно если стажировка в компании – неоплачиваемая. Например, по итогам стажировки лучший младший специалист награждается на общем корпоративном семинаре ценным призом и дипломом за «Лучший быстрый старт» в компании.

После того, как стажер адаптировался в компании, прошел стажерскую программу и испытательный срок, безусловно, важно планировать и его дальнейшее развитие с обозначением перспектив роста.

На сайте career.ru опубликован примерный список вакансий, где не нужен опыт работы, а работодатели предоставляют возможность обучения с опытным наставником. Это такие вакансии как финансовый консультант, продавец-консультант, менеджер по продаже недвижимости, врач-консультант, начинающий специалист, механик, курьер, кладовщик [6].

Многие банки приглашают на стажировку начинающих специалистов без опыта работы. Вакансия представлена в табл. 1 [6].

Вакансия финансового консультанта

Требования	<ul style="list-style-type: none"> • студенты 1-5 курсов (очное/заочное отделение), • активность, • целеустремленность, • желание развиваться и расти в банковской среде.
Обязанности	<ul style="list-style-type: none"> • прохождение бесплатного обучения, согласно индивидуальному графику, • привлечение новых клиентов (звонки и встречи в паре с наставником), • продвижение банковских услуг на рынке.
Условия:	<ul style="list-style-type: none"> • работа с наставником, • денежное вознаграждение по результату работы, • обучение и развитие, • интересные проекты, • дружный и молодой коллектив.
Тип занятости	<ul style="list-style-type: none"> • Частичная занятость, гибкий график.

На наш взгляд, внедряя стажёрскую программу, руководство демонстрирует заботу о своих сотрудниках, о повышении эффективности рабочего процесса. Что сказывается и на формировании положительного имиджа компании: молодые специалисты охотно трудоустраиваются в такие организации, понимая, что их не оставят в одиночестве постигать все нюансы профессии. Чувствуя заботу о себе, работники понимают, что они небезразличны компании, и проникаются корпоративным духом.

Подводя итог, отметим, что стажерской программы набирают популярность среди Российских компаний. При должном подходе программы дают хороший толчок для развития стажеров как полноценных специалистов. Ведь те студенты, которые пришли в компанию по стажерским программам, в будущем займут руководящие должности и будут принимать активное участие в развитии компании и в обучении, наставничестве менее опытных коллег.

Благодаря своей энергичности, оптимизму и рвению к новаторству молодые кадры могут генерировать новые идеи, оптимизировать процессы, приносить новые веяния. Таким образом, молодое поколение может создавать здоровую конкуренцию более опытным коллегам и будет их подстегивать работать более продуктивно.

Литература

1. Рекрутинговый портал SuperJob.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.superjob.ru> (дата обращения: 05.10.2013).
2. Новиков, Д. А. Теория управления организационными системами: Учебное пособие/ Д. А. Новиков. – М.: МПСИ, 2005. – 122 с.
3. Баринов, В. А. Организационное проектирование / В. А. Баринов. – М.: Инфра, 2012. – 384 с.
4. Асаул, А. Н. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / А. Н. Асаул, Е. А. Владимирский, Д. А. Гордеев. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2008. – 280 с.
5. Митбрэйт, Д. А. Топы не появляются из ниоткуда, но порой уходят в никуда / Д. А. Митбрэйт // Управление персоналом. – 2013. – № 18. – С. 18-21.
6. Информационный портал [Электронный ресурс]. URL : <http://www.career.ru> (дата обращения: 07.10.2013).

НАЙМ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А.А. Наливайко,

*студент кафедры менеджмент организации
института управления НИУ «БелГУ»*

3 курс

Научный руководитель Н.В. Леонова,

ассистент кафедры менеджмент организации НИУ «БелГУ»

Человеческий ресурс, на сегодняшний день, является главным фактором эффективности любой организации. Тщательность отбора гарантирует качество людских ресурсов, которое во многом определяет возможность их дальнейшего использования. Работа любой организации неизбежно связана с необходимостью создания штата. При этом одной из центральных задач является отбор кадров. Отбор новых работников не только призван обеспечить режим нормального функционирования, но и закладывает фундамент будущего успеха организации.

Существует целый ряд причин, по которым эффективное управление человеческими ресурсами может обеспечить компании конкурентное преимущество по сравнению с ее соперниками:

- удовлетворенный и добросовестно работающий персонал гораздо более склонен к высококачественному производительному труду, который вносит существенный вклад в ценность предприятия;

- стабильность компании, которая установила прочные и благоприятные отношения с работниками, может привлекать внешних инвесторов и способствовать приобретению ими акций компании, что в свою очередь облегчает компании привлечение дополнительных финансовых средств;

- наличие общей системы ценностей, поддерживаемой персоналом и руководством компании на всех уровнях, способствует разработке долгосрочных планов и стратегий;

- ресурсы компании следует использовать наиболее эффективным способом (путем привлечения в компанию лучших кадров, использования высочайших профессиональных навыков персонала, наработанных и накопленных в процессе реализации высококачественных программ профессиональной подготовки и т.д.);

- в компании должна превалировать организационная культура, способствующая поддержанию высокого качества;

- изменения должны внедряться с наименьшими сбоями и нарушениями рабочего ритма компании;

- эффективное управление человеческими ресурсами компании укрепляет и повышает компетенцию компании [1].

Для того, чтобы создать эффективную систему набора и отбора персонала необходимо определить её место в общей системе управления человеческими ресурсами. Набор кадров не является обособленной функцией, он включает весь комплекс работы с персоналом.

Набор персонала - массовое привлечение персонала в какую-либо организацию, с целью создания необходимого резерва кандидатов на замещение вакантных мест. Он включает в себя следующие составляющие:

- 1) анализ содержания работы – это процесс систематического и подробного исследования конкретной работы, необходимой для её исполнения;

- 2) разработка должностной инструкции – это организационно-правовой документ, в котором определяются основные функции, обязанности, права и ответственность сотрудника организации при осуществлении им деятельности в определенной должности;

- 3) привлечение кандидатов. Привлечение кандидатов производится из внешних и внутренних источников. К внешним источникам относятся: биржа, рекрутерские фирмы,

агентства, вузы и т.д. К внутренним : резерв кадров организации, привлечение бывших сотрудников, привлечение по рекомендации знакомых и т.д.

Методы, которые следует предпринять для привлечения потенциальных кандидатов:

1) Проанализировать уровень заработной платы на рынке труда.

2) Принять решение о том, какой уровень оплаты может предложить ваша организация

3) Принять решение о том, какие дополнительные льготы ваша организация может предложить для привлечения высококвалифицированных специалистов.

4) Выбор наиболее подходящего канала распространения рекламного объявления в средствах массовой информации, специальные стенды и др.

5) Составление текста рекламного объявления. В тексте рекламного объявления должно быть указано:

- наименование вакантной должности;

- требования к потенциальным кандидатам (критерии отбора);

- информация, призванная заинтересовать, привлечь потенциальных кандидатов (уровень зарплаты, льготы, условия труда, сведения об организации и др.) [2].

Отбор кандидатов на вакантную должность осуществляется из числа претендентов с помощью оценки деловых и личностных качеств кандидатов. На данном этапе необходимо:

1) Собрать информацию. При анализе всех заявлений и резюме отбираются наиболее подходящие кандидаты.

2) Разработка методов отбора.

3) Собеседование [3].

Если отдел по работе с персоналом должен оптимизировать процедуры принятия решения по отбору персонала, с тем чтобы гарантировать успех выбора с первой попытки. Отделу по работе с персоналом потребуется время для тщательной разработки методов и тестов, чтобы гарантировать их достоверность, точность и должную интерпретируемость и избежать дискриминации этнических меньшинств и других социальных групп. Хотя достоверность инструмента отбора может оцениваться разными способами, основной целью каждого подхода является установление того, насколько хорошо он производит согласующиеся измерения характеристик в процессе исследования. С другой стороны, соответствие методик и поставленных задач связана с тем, насколько точно измеряет тот или иной инструмент отбора; и оценивается с трех взаимодополняющих проекций. Однако даже если инструмент отбора отвечает необходимым критериям достоверности, он также должен соответствовать критериям интерпретации показателей кандидата, поскольку они формируют фундамент для принятия решений. Соотношение прибылей и затрат процедуры отбора также является чрезвычайно важным критерием; и ему посвящается следующая глава.

Последним этапом является утверждение отобранного кандидата на должность.

В сегодняшнем мире острой конкуренции выживание и рост компании зависят от ее способности привлечь и удержать высокопрофессиональных сотрудников. Специалисты по персоналу курируют ключевые процессы жизнедеятельности компании – системы отбора, оценки, обучения и вознаграждения персонала, претворяя в жизнь корпоративную политику. Они значительно влияют на результаты внедрения инициатив, связанных с управлением качеством. Например, если компания наняла неподходящего кандидата, качество производимой ею продукции или услуг неизбежно пострадает. Это может привести к дальнейшим потерям, связанным с качеством, производительностью, надежностью и ущербом для корпоративного имиджа. Следствием этого может стать сокращение клиентской базы компании, которое, в свою очередь, способно вынудить компанию прекратить свою деятельность. Изменяющаяся природа рабочей силы и растущий дефицит квалифицированных работников являются весомыми доводами в

пользу того, чтобы специалисты по персоналу применяли качественные принципы и таким образом получали требуемый результат с самого начала [4].

В наше время, когда перемены происходят стремительно, а последствия их серьезны, понимание психологии личности и группы крайне важно для деятельности компании. Организационные структуры меняются радикально, и теперь у отдельных менеджеров и профессионалов гораздо больше автономности, ответственности и обязанностей, чем раньше. Компании стремятся уменьшать централизованный контроль и наделять полномочиями отдельных работников. Эти работники объединяются в группы, создаваемые «под проект»; структура таких групп предполагает скорее перекрещивающиеся функции, чем иерархию. Традиционное понимание карьеры изменилось, она все реже ограничивается рамками одной компании; и компаниям следует обращать больше внимания на проблему лояльности и приверженности своих работников. Все острее сегодня ощущается огромное влияние информационных технологий, непосредственно воздействующих на природу работы и реакции тех, кто ее выполняет.

Способность человека справляться с масштабом и скоростью перемен стала главной проблемой; количество публикаций о нагрузках на работе растет день ото дня. Важность когнитивных способностей и структуры личности человека для достижения личных результатов и внесения вклада в работу команды не подвергается сомнению, что выражается в стремительном росте использования психометрических тестов и аналогичных процедур в компаниях. Возможно, сегодня более чем когда-либо при анализе опыта работы надо использовать психологический подход; ведь требуется достичь двойной цели – выполнить работу эффективно и обеспечить качество жизни работника. К сожалению, о последнем нередко забывают – в погоне за созданием корпоративной культуры, ориентированной только на конкурентоспособное выполнение работы или интересы заказчика.

Рост исследований деловой этики и возросший интерес к проблеме справедливости неслучайно шли параллельно со многими организационными изменениями конца XX века. Разумеется, расхождение между целями и потребностями работников и целями и потребностями компании обрекает компанию на провал. Одной из широко признанных потребностей XXI века стало то, что введению инноваций придается гораздо большее значение, чем обычному умению «работать под давлением». Однако психологические исследования и теория показывают: инновации легче внедрять в коллективе, где человек себя чувствует достаточно уверенно, чтобы идти на некоторый риск, и где система вознаграждения поощряет эксперименты и исследования, упущенные из виду в прошлом столетии. Помочь компаниям осознать и реализовать потенциал их рабочей силы взаимовыгодным путем – эта сложная задача стоит перед психологией сегодня [5].

В ближайшем будущем организациям, возможно, понадобится показывать растущую заинтересованность в результатах воздействия процедур отбора и оценки на кандидатов. Социальное и правовое давление на организации, проводящие процедуры отбора и оценки, будет расти, вынуждая компании уделять больше внимания справедливости применяемых процедур и позитивному обращению с кандидатами, исключая чрезмерные негативные последствия. Роль информационных технологий будет расти, в особенности по отношению к выполнению, подсчету и интерпретации психологических тестов. Методы отбора потребуют новых исследований, которые найдут способы определить, смогут ли новые сотрудники работать в командах или рабочих группах, а также дадут новую информацию о том, как сочетать разнообразные методы отбора, чтобы они в случае необходимости дополняли друг друга [6].

Литература

1. Андреев, С.В. Поиск персонала. Оформление приема на работу / В.К. Волкова, С.В. Андреев – М.: Альфа-Пресс, 2010. – 67 с.
2. Грэхем, Х.Т. Управление человеческими ресурсами / Р. Беннетт, Х.Т. Грэхем – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 598 с.

3. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом / А. Я. Кибанов – М.: ИНФРА-М, 2011. – 304 с.
4. Базарова, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базарова – М.: ЮНИТИ, 2012. – 56 с.
5. Архипова, Н.И. Менеджмент / Н.И. Архипова, О.Л. Седова. – М.: ИНФРА-М, 2009 – 125 с.
6. Гущина, Н. Человек для рабочего места / Н. Гущина. – М.: Юристъ, 2012. – 176 с.

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА МОТИВАЦИИ ТРУДА

А.К. Никитина,

*студент кафедры организации предпринимательской деятельности
и менеджмента в АПК ФГБОУ ВПО «Орел ГАУ»
3 курса*

Научный руководитель А.С. Волченкова,

*ст. преподаватель
кафедры организации предпринимательской деятельности
и менеджмента в АПК ФГБОУ ВПО «Орел ГАУ»*

Взаимопонимание между руководителем и подчиненным, участие работников в решении производственных процессов, использование положительных результатов при совместном решении - это основные составляющие гуманных отношений. Реализация этих принципов дала работнику возможность стать компаньоном с менеджером и начальником организации, в этот период, когда необходимо уделить внимание решению сложных социальных и трудовых вопросов.

Стимулирование индивидуального профессионального развития каждого работника возможно только при реализации механизмов их личной заинтересованности в высоких конечных результатах и персональной ответственности за каждое полученное и грамотно выполненное ими задание. Все это является предпосылками создания нового подхода в кадровом менеджменте, получившего распространение еще в 60-70-е гг. прошлого столетия. Его применение позволит повысить не только инициативность и общую трудовую активность всех работников, но обеспечить более высокую конкурентоспособность организаций в современных условиях жесточайшей конкуренции на мировом рынке за счет роста эффективности труда, улучшения качества производимой продукции или оказываемых услуг и снижения ее себестоимости.

Таким образом, обобщая накопленный научный опыт в экономической литературе, можно говорить о четырех основных направлениях, сложившихся в кадровом менеджменте:

- доктрина научной организации труда;
- доктрина человеческих отношений;
- доктрина контрактации индивидуальной ответственности;
- доктрина командного менеджмента [1].

«Внутренний потенциал» каждой организации, выраженный, прежде всего, в потенциальных способностях трудовых ресурсов к высокоэффективному труду, обеспечивает ее лидерство, поскольку становится гарантией успеха и выживаемости в условиях усиления конкуренции. По прогнозам большинства специалистов, прежде всего, хорошо налаженный механизм управления человеческими ресурсами дает организации возможность занять лидирующее место в определенной отрасли экономики.

Недаром система управления персоналом в последние годы становится приоритетной областью в управлении организацией. Это объясняется рядом причин:

- люди являются важнейшими ресурсами любой организации;
- они создают новые идеи, продукты, используют в правильном направлении финансовые ресурсы, контролируют и улучшают качество;
- люди способны к постоянному совершенствованию и развитию;
- человеческие возможности безграничны.

Для того, чтобы добиться максимального результата при управлении человеческими ресурсами в настоящее время большинство предприятий ориентируются на способах воздействия при помощи экономического поведения работников с помощью побуждения их к достижению максимальных результатов и улучшения деятельности организации, иначе говоря, правильно построенный механизм мотиваций, в котором основными принципами будут являться:

- Снижение текучести персонала;
- Рост производительности труда;
- Формирование приверженности компании;
- Развитие персонала;
- Улучшение управляемости персонала;
- Повышение качества трудовой жизни [2].

Поэтому при создании системы управления человеческими ресурсами, прежде всего следует обратить внимание на усовершенствование методов стимулирования и поощрения труда работников, главным из которых должен стать механизм поощрения за трудовой вклад, который должен быть первостепенным источником заинтересованности работника в улучшении результатов труда [3].

Совершенствование методов материального стимулирования персонала, как считает большинство ученых-экономистов, должно основываться на правильно выстроенной взаимозависимости между оплатой труда работников и уровнем доходов предприятия, а так же эффективностью труда самого работника.

На сегодняшний день главной задачей системы оплаты труда – является мотивация работника не только к труду, но и к улучшению своих профессиональных навыков, обеспечивающие повышение уровня квалификации и увлечению заработной платы. Для выполнения мотивационной функции необходимо использование различных комбинаций при построении системы стимулирования, а также использование различных систем оплаты труда, каждая из которых имеет как свои преимущества, так и недостатки.

Чтобы определить наилучшую систему мотивации, следует провести анализ в определенном порядке: прежде всего надо определить задачи и принципы оплаты труда; изучить информацию о видах оплаты; предложить обсуждение по выбранным изменениям в системе оплаты труда; определить эффективность системы оплаты с помощью сравнения достигнутых результатов с поставленными целями.

При построении системы мотивации труда работников, необходимо соблюдение следующих условий:

1. Разделение между ними и компанией дополнительных выплат, которые были получены в результате повышения производительности или качества;
2. Предположить параметры дополнительного премиального фонда;
3. Эффективно будет распределение получаемого фонда в направлениях: премирование работников по результатам деятельности предприятия в целом и по результатам индивидуального вклада сотрудников;
4. Вопросы премирования обсуждаются с сотрудниками, чтобы быть понятным ими;
5. Индивидуальное материальное поощрение на предприятии должно быть более разработано.

В первую очередь, это относится к индивидуальным премиям в системе управления в целом, а так же добавлением премий за сверхурочные работы [4].

При разработке дополнительных стимулирующих надбавок, необходимо особое внимание уделять системе социальных выплат, ведь социальные выплаты и льготы в совокупном доходе последнее время возрастают.

Льготы и премии, постепенно становятся жизненной необходимостью. Сектор льгот довольно широк: оплата праздничных дней; оплата отпусков; оплата дней времени на перерывы и отдых; оплата времени на обед; медицинское страхование на предприятии; и т.д.

Обобщая все методы поощрения работников, можно предложить следующие формы получения экономического дохода персоналом организации, которые должны их стимулировать:

1. Заработная плата;
2. Бонусы;
3. Участие в прибыли;
4. Планы дополнительных выплат;
5. Сберегательные фонды.

Эти формы должны быть определяющими при распределении и решении о материальном поощрении.

Иначе говоря, мотивация работников должна подниматься не только как принцип мотивации работников к наилучшему производству и создания стимулов к их более интенсивному и качественному труду, но и как основной инструмент организации. Без использования которого, организация не сможет существовать и будет поглощаться более сильными организациями в условиях рыночной экономике страны.

Ко всему вышесказанному, хочется добавить, что управление человеческими ресурсами – это отдельная, основная задача, которую требуется улучшать и изменять. Подход к этой задаче имеет очень сложный механизм, основными источниками которого является персонал организации.

Литература

1. Аксенова, Е. А. Управление персоналом : учебник 2-е изд., перераб. и доп./ Е.А. Аксенов. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 105 с.
2. Шлендера, П.Э Экономика трудовых ресурсов: учебное пособие / П. Э. Шлендера. – М.: Вузовский учебник, 2012. – 302 с.
3. Волчёнкова, А. С. Обоснование перспективных направлений развития аграрного сектора экономики региона / А.С. Волченкова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 10 (289). – С. 43 - 48.
4. Ребров, А.В. Влияние структуры мотивации работника на результативность труда / А.В. Ребров // Новая парадигма в управлении мотивацией, 2011. – 156 с.

МОТИВАЦИЯ, КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА, СПОСОБСТВУЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЮ ТРУДОВОЙ АКТИВНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

О.А. Погорельцева, А.В. Старченко,
*студенты кафедры организации предпринимательской
деятельности и менеджмента в АПК ФГБОУ ВПО «ОрелГАУ»,
5 курс*
Научный руководитель Н.А. Сухочева,
*кандидат экономических наук, доцент,
кафедры организации предпринимательской
деятельности и менеджмента в АПК ФГБОУ ВПО «ОрелГАУ»,*

Человеческие ресурсы - это все сотрудники предприятия, обладающие умственными и физическими способностями, знаниями и навыками, необходимыми для выполнения определенных трудовых обязанностей. Формулируя иными словами, человеческие ресурсы – это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций [1].

Каждый сотрудник стремится к удовлетворению своих потребностей. Помимо этого ему необходимо участвовать в процессе достижения целей организации. Для этого к работникам применяется такой метод воздействия, как мотивация. Мотивация–совокупность процессов, которые побуждают и ориентируют поведение человека

Обобщая теоретические аспекты исследуемой проблемы, отметим, что на сегодняшний день сложились общепринятые теории мотивации: иерархия потребностей по А. Маслоу; теория потребности Д. Макклелланда; модель мотивации по В. Вруму, двухфакторная модель Ф. Герцберга и другие.

Приведем несколько постулатов рассматриваемых теорий:

- Иерархия потребности по А. Маслоу - теория мотивации, согласно которой все потребности индивида можно поместить в “пирамиду” следующим образом: в основании “пирамиды” располагаются наиболее важные человеческие потребности, без удовлетворения которых невозможно биологическое существование человека, на более высоких уровнях “пирамиды” располагаются потребности, характеризующие человека как социальное существо и как личность.

- Модель мотивации, созданная Д. Макклелландом опирается на потребности высших уровней. Ее автор считал, что людям присущи три потребности: власти, успеха и причастности.

- Согласно мотивационной теории ожиданий В. Врума, мотивационный эффект оказывают не сами потребности людей, а мыслительный процесс, в котором индивид оценивает реальность достижения поставленной цели и получения желаемого вознаграждения[2].

- Теория Ф. Герцберга известна и популярна на западе с 1959 года. Двухфакторная модель поведения Ф. Герцберга, по-видимому, годится для развитого демократического общества с высоким уровнем производства и удовлетворенности первичных витальных потребностей.

Сравнивая системы управления персоналом на различных этапах истории России отмечаем, что в период СССР преобладало моральное стимулирование в виде общественного признания, организации питания, программы жилищного строительства.

Стоит заметить, что при переходе к рыночной экономике резко возросла значимость материального стимулирования - заработная плата, бонусы, дополнительные выплаты, медицинское страхование, отчисление в пенсионный фонд, страхование жизни [3].

Для того чтобы оценить систему мотивации на конкретном предприятии нами было проведено исследование, направленное на выявление проблемных зон в мотивации персонала. Так, на сельскохозяйственном предприятии СП «Сабурово» Орловского района Орловской области среди управленческого персонала был проведен опрос, с целью выявления основных мотивационных составляющих управленческого персонала. Результаты опроса представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты опроса сотрудников СП «Сабурово»

№ п/п	Вопрос	Варианты ответов	Количество	Единица измерения
1.	При каких условиях Вы работали бы лучше?	Высокий доход	48	чел.
		Надежное рабочее место	13	чел.
		Лучший рабочий климат	13	чел.
		Интересная деятельность	22	чел.
		Самостоятельность	25	чел.
		Лучший стиль управления	11	чел.
2.	Какие формы поощрения используются на вашем предприятии?	Гибкий рабочий график	21	чел.
		Индивидуальные премии	15	%
		Повышение заработной платы	62	%
3.	Какова степень Вашей удовлетворенности уровнем заработной платы?	Моральное поощрение	23	%
		Удовлетворен полностью	8	%
		Удовлетворен частично	36	%
4.	Считаете ли Вы, что уровень Вашей заработной платы адекватен объему выполняемой Вами работы?	Неудовлетворен	56	%
		Да, заработная плата соответствует объему выполняемых работ	13	%
		Нет, я должен получать больше	87	%

Данные таблицы свидетельствуют о том, что из ста опрошенных 48 считают главным условием эффективности работы высокий доход; 62% опрошенных доминирующей формой поощрения на предприятии считают повышение заработной платы; как выяснилось, 56% сотрудников недовольны размером своей заработной платы; 87 % сотрудников считают, что они должны получать больше.

Как известно, размер заработной платы влияет на решение работника: остаться в этой организации или искать другое место работы. Далее мы представим анализ системы оплаты труда в России по сравнению с другими странами (табл. 2).

Таблица 2

Анализ системы оплаты труда в России по сравнению с другими странами

Наименования стран	Общий ФОТ, млрд. руб.	Оплата труда 1 работника за год, тыс.руб.	Доля морального стимулирования в материальном, %
1. Германия	170021	2079	21
2. Турция	120768	1638	18
3. Франция	84468	1292	23
4. Италия	72513	1193	19
5. Великобритания	58353	934	15
6. Греция	6677	590	18
7. Португалия	3792	356	13
8. Польша	5469	143	22
9. Россия	15302	95	12
10. Венгрия	961	106	14

Анализируя среднегодовой размер заработной платы одного работника в России, наряду с другими странами видно, что наша страна занимает 9 место [4].

В результате всех исследований были выявлены 4 области: проблемная область, успешная область, незначимая область, область переоценки. Предлагаем, уделить особое внимание на проблемную область, к которой относятся: режим работы, трудовой настрой коллектива, сложность работы, размер заработка.

На наш взгляд, эти проблемы появляются в результате неэффективного применения системы мотивации. Следовательно, ошибками мотивации может быть следующее: основной уклон на материальную мотивацию; отсутствие достаточных полномочий у руководителей подразделений, отсутствие у руководителей среднего звена инструментов для управления в достаточном объеме, система мотивация слишком сложная; награждения часто действуют в неправильном направлении; отсутствие достаточных коммуникаций; концентрация на стоимости системы мотивации, а не на результате, который она приносит.

Мы предлагаем своё решение данных проблем – это модель 4 мотивов для мотивации человеческих ресурсов. Сущность данной модели заключается в следующем.

На первом уровне происходит формирование основных элементов: главная цель, цели и задачи, стратегия, принципы, функции, технология формирования системы.

Второй уровень включает в себя анализ мотивационной среды, здесь проверяется степень соответствия основным критериям: постановка четких задач, информирование сотрудников о том, каких результатов ожидает от них руководство; формирование четких критериев оценки результатов труда работников; открытость и доступность информации о существующей системе ДСВ; формы поощрений, принятые в организации должны быть привлекательными для сотрудников.

На третьем уровне осуществляется формирование мотива.

Таким образом, по окончании всех уровней формируются 4 основных мотива, содержание которых сформулировано и представлено нами в табл. 3.

Таблица 3

Содержание мотивов модели

Название мотива	Содержание мотива
Арт-идея	Рассмотрение актуальных идей, предлагаемых сотрудниками
	Применение «Мозгового штурма», как основного метода решения проблем организации
	Предоставление возможности участия в реализации собственной идеи
Привязанность	Создание благоприятного микроклимата в коллективе
	Не препятствовать образованию неформальных групп
	Проведение корпоративных мероприятий
ВВУ- помощь	Оказание помощи в подборе нянь
	Создание корпоративных детских садов и яслей
	Организация праздников для сотрудников с малышами
Пропаганда роскошной жизни	Награждение ценными подарками
	Повышение благосостояния сотрудников, как следствие – престижа организации

Первый мотив носит название арт-идея, он направлен на рассмотрение актуальных идей, предлагаемых сотрудниками, и предоставление им возможности в реализации собственных проектов. Также здесь предполагается применение метода «мозговой штурм». Как известно, сплоченность сотрудников влияет на эффективность их работы. Следующий мотив «Привязанность» содействует созданию благоприятного микроклимата в коллективе. Мотив - пропаганда роскошной жизни. Основная его идея заключается в том, чтобы повысить благосостояние сотрудников, как следствие – престижа организации. Для поддержки сотрудников, имеющих малолетних детей, мы предлагаем создавать на базе предприятия детские комнаты.

Система мотивации «Модель 4-х мотивов» была разработана для СП «Сабурово» Орловской области. В настоящее время руководство хозяйства рассматривает вопрос о её внедрении.

Таким образом, ожидаемым результатом от внедрения системы будет следующее: во-первых, самостоятельное решение актуальных вопросов без привлечения сторонних организаций; во-вторых, более сплоченный коллектив, как следствие - повышение работоспособности; в-третьих, повышение благосостояния сотрудников, как следствие - престижа организации; в-четвертых, сохранение квалифицированных сотрудников без дополнительных затрат по привлечению и обучению новых.

Литература

1. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 447 с.
2. Рофе, А.И. Экономика труда / А.И. Рофе. – М.: КНОРУС, 2010. – 400 с.
3. Образовательный портал [Электронный ресурс]. URL :[http:// www.claw.ru](http://www.claw.ru) (дата обращения: 20.10.2013).
4. Российская служба по статистике [Электронный ресурс]. URL :<http:// www.gks.ru> (дата обращения: 20.10.2013).

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПЕРСОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ, ВОСПИТЫВАЮЩИХСЯ В СЕМЬЯХ С РАЗНЫМ ТИПОМ СЕМЕЙНОГО ВОСПИТАНИЯ

Е.А. Подгорнева

*студентка кафедры общей и клинической психологии
факультета психологии НИУ «БелГУ»*

4 курс

Научный руководитель Н.С. Ткаченко

кандидат психологических наук,

доцент кафедры возрастной и социальной психологии НИУ «БелГУ»

Изучение детско-родительских отношений является чрезвычайно важным, так как именно эти отношения в большей мере влияют на становление личности ребенка [1].

Большой вклад для изучения детско-родительских отношений, внесли такие авторы как А.Варга, В. Столин, И.Гребенников и В.Аверин. Для ребёнка семья – это целый мир, в котором он живёт, действует, делает открытия, учится любить, ненавидеть, радоваться, сочувствовать. Будучи её членом, ребёнок вступает в определённые отношения с родителями, которые могут оказывать на него как положительное, так и негативное влияние. Нарушения внутрисемейных отношений может приводить к различным нарушениям психического развития. Наиболее чувствительными к воздействию семейного неблагополучия оказываются стержневые образования личности ребенка - его представления о себе, о других, межличностные отношения, самоотношение, самооценка, образ себя [2].

Природа межличностных отношений в любых общностях достаточно сложна. В них проявляются как сугубо индивидуальные качества личности - её эмоциональные и волевые свойства, интеллектуальные возможности, так и усвоенные личностью нормы и ценности общества. В системе межличностных отношений человек реализует себя, отдавая обществу воспринятое в нем [3].

Взаимодействие ребенка с родителем является первым опытом взаимодействия с окружающим миром. Этот опыт закрепляется и формирует определенные модели поведения с другими людьми. Важнейшим фактором, влияющим на формирование личности ребенка, являются гармоничные внутрисемейные отношения родителей и детей, принятие родителей детей, заинтересованность родителя в планах ребенка, его будущем, воспитание независимости, самостоятельности ребенка, вера в успешность ребенка [2].

С целью исследования связи между особенностями детско-родительских отношений и типом интерперсонального поведения (типы отношения к окружающим) старших школьников нами была проведена исследовательская работа.

Исследование проводилось на базе МОУ СОШ «Лицей №9» г. Белгорода. В нём принимали участие 25 детско-родительских пар. Объем выборки составил 50 человек. Нами были использованы следующие методики: тест-опросник родительского отношения (ОРО) А.Я. Варга, В.В. Столина; тест-опросник диагностики межличностных отношений Т. Лири. Статистическая обработка данных проводилась с использованием непараметрического математического метода коэффициента ранговой корреляции r_s -Спирмена на основе пакета статистических программ «SPSS».

По результатам исследования типов родительского отношения мы выяснили, что доминирующими типами детско-родительских отношений являются: авторитарный, демократический и либерально-попустительский типы.

По результатам исследования типов интроперсонального поведения старшеклассников, можно сделать вывод о том, что наиболее доминирующими типами

интроперсонального поведения в выборки старшеклассников являются: авторитарный, подчиняемый, дружеский, альтруистический и подозрительный.

В результате проведенного корреляционного анализа мы получили положительные корреляционные связи на достоверном уровне значимости $p < 0.05$ между показателями особенностей детско-родительских отношений и типом интроперсонального поведения старшеклассников. Так демократический тип детско-родительских отношений коррелирует с альтруистическим ($r = 0.367$, $p < 0.05$) и дружелюбным типом интроперсонального поведения ($r = 0.366$, $p < 0.05$). Это говорит о том, что чем больше родители проявляют заботу, внимание, понимание по отношению к детям, тем дети чаще проявляют такие качества в отношении с окружающими, как доброта, понимание, забота, понимание, доверие.

Также были получены отрицательные связи на уровне значимости $p < 0.05$ между показателями как авторитарный тип детско-родительских отношений и альтруистический тип интроперсонального поведения старшеклассников ($r = -0.352$, $p < 0.05$), то есть чем больше родители проявляют властность, не дают детям проявлять собственную инициативу и активность, тем меньше в отношениях с окружающими старшеклассники проявляют заботу, терпение, всё реже берут на себя ответственность за какие-либо поступки. Также обнаружена отрицательная связь между социально-желательным поведением родителей и альтруистическим типом отношения к окружающим старшеклассников ($r = -0.467$, $p < 0.05$). Чем больше родители пытаются подогнать своё отношение к детям к социально-желательному, не ориентируясь на индивидуальные характеристики ребёнка, тем меньше дети проявляют заботу, терпение по отношению к окружающим.

Таким образом, в результате нашего исследования, мы выяснили, что между типом детско-родительского отношения и типом интерперсонального поведения старших школьников существует взаимосвязь. В семьях, в которых преобладает демократичный тип детско-родительских отношений, который характеризуется заботой, вниманием, доверительным отношением, а также принятием родителями своих детей) старшеклассники чаще проявляют дружелюбное альтруистическое отношение к окружающим. Данные типы поведения в межличностных контактах могли сложиться в силу того, что в семьях с подобным типом отношений с детьми общаются как с равными, им доверяют, советуются с ними, поощряют активность, относятся с любовью и пониманием, поэтому старшие школьники выносят эту модель поведения и в отношении межличностного взаимодействия с окружающими.

Данное исследование требует дальнейшего изучения на большем по объёму выборке с использованием дополнительных показателей таких как гендерные, возрастные, этнические особенности личности испытуемых, как родителей так и детей, которые могли бы оказать влияние на особенности детско-родительские отношений или же тип интроперсонального поведения старших школьников.

Литература

1. Андреева, Т.В. Психология семьи / Т.В. Андреева. – СПб.: «Речь», 2007. – 160 с.
2. Логинова, И.А. Специфика детско-родительских отношений / И.А. Логинова // Семейная психология и семейная практика. – 2008. – №4. – С. 21-74.
3. Варга, А.Я. Типы родительского отношения / А.Я. Варга. – Самара, «Кантил», 2007. – 224с.
4. Гребенников, И.В., Ковинько Л.В. Семейное воспитание / И.В. Гребенников, Л.В. Ковинько. – М.: «Политиздат», 2000. – 319 с.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.И. Родак,

*студент кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель Третьякова Л. А.,
доктор экономических наук,
профессор кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Организационная культура является неотъемлемой частью любой организации. И воздействие ее на различные сферы организации еще не до конца исследовано, если раньше считалось, что организационная культура не имеет никакого воздействия на экономическую составляющую компании, то сегодня все больше ученых говорят об обратном, утверждая, что ее влияние на предприятие куда более объемно, чем кажется на первый взгляд. Особо важным стало изучение организационной культуры ввиду жесткой конкуренции на рынке, так как появилась необходимость в поиске новых способов повышения эффективности организации, и высокая и качественная корпоративная культура в данной ситуации может быть очень полезна.

Под организационной культурой следует понимать уникальную совокупность норм, ценностей, убеждений, образцов поведения, которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения поставленных перед ней целей [1]. Данное определение было сформулировано Л. Элдриджем и А. Кромби в их книге «Социология труда» в 1974 году, и на данный момент данное утверждение соответствует сути организационной культуры, отражая ее структуру и функции.

В организационной культуре принято выделять 3 уровня:

1. Поверхностный (символический) – это визуальная часть организационной культуры компании, сюда входят: символика, герб организации, гимн и флаг фирмы. Также к символическому уровню принято относить легенды, истории, мифы, деятельность управляющих организации и выдающихся работников. На данном уровне все составляющие очень легко обнаружить, но всей сути организационной культуры, он не передает. Цель данного уровня создать внешнюю узнаваемость компании на рынке и чувство принадлежности работников к данной организации.

2. Подповерхностный – нормы и ценности организации, прописанные в документах, которые задают манеру поведения работников на рабочем месте. Примером может служить установка от предприятия для работников в сфере консультирования, что клиента нужно подводить к выходу из проблемной ситуации, и стремится вдохновить его на совершение необходимых действий, а не принимать решения за него и показывать его не правоту в спорных вопросах.

3. Базовый (глубинный) – базовые предположения, существующие у работников на основе их личных паттернов, которые изменяются в зависимости от событий, происходящих в организации. К глубинному уровню относится: психологический климат организации, желание трудиться на благо компании, личностные ценности, инициатива в русле улучшения производительности организации от работника и т.д. Данный уровень организационной культуры невозможно увидеть, он ощущается всеми работниками предприятия при условии достаточной объемности корпоративной культуры компании.

По уровням организационной культуры видно, что влияние оказывается на сотрудников предприятия и именно они являются ее носителями, которые если комфортно себя чувствуют в компании, работают более плодотворно, распространяются о том насколько хорошо их организация, создавая тем самым имидж, влияющий на конкурентоспособность. Организационная культура создает у персонала чувство принадлежности к определенной компании, осознание полезности их в процессе

производства, что благотворно влияет на уровень ответственности работника перед самим собой за проделанную работу. Если работник понимает, что является одним из звеньев организации, которое воздействует на всю организацию в целом, возможно и не значительно, качество его работы будет выше, чем у работника не ощущающего это.

Обобщенно организационная культура имеет две функции:

1. Обеспечение адаптации организации во внешней среде и выживание.
2. Создание из работников целостного коллектива, способного трудиться на благо компании, и добиваться коллективных целей, а не индивидуальных.

Первая функция создает имидж организации, ее узнаваемость на рынке, позволяет переживать все изменения во внешней среде с меньшими потерями, путем. Изменение приоритетов или целей организации во времена перемен, может позволить предприятию остаться на плаву в то время, как компании со слабой организационной культурой просто распадутся. Так же организационная культура создает барьер, который защищает организацию от нежелательных внешних воздействий, путем определенных запретов. Работники, в сложных ситуациях подчиняясь определенным нормам, могут сохранить репутацию свою и организации в целом. Регулирование организационной культуры поведения работников и их контактов с внешней средой уменьшает количество конфликтов и является гарантией стабильности организации.

Вторая функция направлена на координацию работы персонала, создание комфортной психологической среды в организации. В рамках данной функции организационная культура направляет деятельность работников к достижению цели организации, прививает чувство гордости за компанию, в которой они работают, что создает желание идти работать в такую фирму, облегчая решение кадрового вопроса. Люди приспосабливаются друг к другу лучше в организации с развитой корпоративной культурой потому, что придерживаясь принятых норм поведения на рабочем месте, участвуя в различных мероприятиях организованных руководством и прошедших через различные обряды и ритуалы, быстрее притираются друг к другу, сокращая время необходимое для процесса адаптации работника на новом месте, что существенно повышает производительность «новичков» в компании.

Сате выделял 7 семь процессов, посредством которых организационная культура влияет на деятельность организации:

1. Кооперация между работниками и частями организации. Кооперацию в организации невозможно регулировать документальными нормами, она складывается из разделяемости организационной культуры персоналом и ее объемности.

2. Принятие управленческих решений. Организационная культура влияет на процесс принятия управленческого решения по средствам верования и ценностей персонала, что создает общее мнение, сводя количество разногласий к минимуму. Что способствует более скорому и эффективному принятию решения.

3. Контроль. Данный процесс заключается в стимулирование работника двигаться в направлении поставленной перед организацией целью. Это создает впечатление контроля над работником, так как он выполняет то, что необходимо организации не отклоняясь от курса.

4. Коммуникационная среда персонала. Организационная культура влияет на коммуникацию в двух направлениях. Первое – разделяемость культуры организации позволяет правильно интерпретировать получаемую информацию, по средствам направленности деятельности. Второе – ускорение процесса принятия решений, по которым имеет общее мнение, путем избегания обсуждения по данным вопросам.

5. Лояльная атмосфера в организации. Работники относятся друг к другу, и к организации более позитивно, исключая негативную атмосферу на предприятие.

6. Восприятие рабочей среды. Мнение у работника касемо организации в которой он работает часто зависит от того что говорят о ней его коллеги.

7. Оправдание своего поведения. Организационная культура направляет персонал в своей деятельности. Если в компании ценится риск, то в случае неудачи у

работника появляется возможность оправдать себя согласно принятым нормам в организации [2].

В заключении хотелось бы отметить, что в условиях современной конкуренции на рынке необходимо использовать все способы для повышения эффективности компании и корпоративная культура не является исключением. В Российском бизнесе организационная культура пока слабо применяется, по причине того, что большинство предпринимателей не считают необходимым тратить время и ресурсы на это, не понимая, что результат будет намного лучше и превзойдет расходы на нее в несколько раз. Персонал организации является одним из важнейших факторов эффективности предприятия, а организационная культура влияет на него непосредственно, повышая производительность работников, патриотизм и формируя позитивное мнение о компании.

Литература

1. Семенов, Ю.Г. Организационная культура / Ю.Г. Семенов. – М.: Логос, 2006. – 521 с.
2. Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Экномистъ, 2003. – 512 с.

ПАБЛИСИТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Н.И. Родак,

*студент кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И. В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Паблिसити – это деятельность, которая направлена на создание имиджа предприятия, завоевание внимания потребителя, путем распространения информации в печатных СМИ, телевидение, радио, и интернете, данная деятельность является неличной и неоплачиваемой. С каждым днем значимость паблисити для предприятия растет, связано это с усилением конкуренции на рынке. Если раньше считалось что, капитал организации складывается из двух составляющих финансов и человеческого капитала, то сегодня, по мнению Ф.А. Буари предприниматели столкнулись с новым типом капитала – имиджем организации [1]. Имидж воздействует на эффективность организации, на ее узнаваемость. Паблисити воздействует на имидж и зависит от той информации, которая представлена в нем. Зависимость между эффективностью организации и паблисити давно была отмечена зарубежными специалистами. Российские специалисты также начинают придерживаться данной идеи, говоря о том, что паблисити не появляется из ниоткуда, это продукт деятельности предприятия, созданный для повышения узнаваемости организации и управления своей позицией в глобальном информационном пространстве.

На сегодняшний день почти все предприниматели, так или иначе, прибегают к использованию паблисити, считая, что чем его больше, тем лучше. Но не нужно забывать, что не правильная стратегия паблисити может принести не меньший вред, чем полезного хорошо разработанная стратегия. Опираясь при использовании паблисити нужно не на количество, а на качество и быть уверенным в том, что информация, переданная через СМИ обществу будет воспринята именно так как и было запланировано.

Цели, которые сотрудник должен реализовать через паблисити должны соответствовать его ресурсам финансовым и временным. Иначе планирование в данной деятельности не имеет никакого смысла, и результаты такой деятельности не принесут желаемых результатов.

В наше время уже сформулированы определенные правила проведения паблисити, которые позволяют использовать время более эффективно, позволяя сократить затраты времени на различных этапах:

1. Необходимо определить основные цели и стремиться добиться именно их, не тратить время изначально на вторичные цели.

2. Нужно уметь говорить «нет», тем предложениям, которые не соответствуют интересам компании.

3. Перед тем как связываться со СМИ, необходимо подготовить всю необходимую информацию, которая будет представлена им.

4. Во время занятия паблисити не стоит планировать дополнительные дела, лучше делегировать это квалифицированному работнику, который сможет полностью отдаться данной деятельности и довести дело до положительного результата. Так как исправлять последствия не правильно проведенного паблисити будет намного сложнее и болезненнее для организации.

5. Планировать нужно только то, что реально можно выполнить.

Особенно важным является использование предприятием паблисити в следующих случаях:

1. Улучшение репутации предприятия. Примером может служить проведение благотворительной акции, пожертвование средств в различные фонды при освещении данных мероприятия СМИ.

2. Появление нового продукта. В данном случае паблисити информирует потребителей о новом товаре и предприятие еще до того как он вышел на рынок, и ускоряет процесс появления клиентов.

3. Необходимость проведения рекламных акций, при не имении достаточных финансовых средств. Одним из важнейших плюсов паблисити является стоимость ее проведения. Намного дешевле поместить статью в СМИ или организовать информационный повод для бесплатного освещения данных об организации.

4. Нахождение продукта долгое время на рынке, способствует снижению спроса на него и паблисити может быть средством возобновления интереса к нему, путем проведения спонсорства, специальных мероприятия (концертов, представление и т.д.).

Также паблисити используется как источник подбора персонала. Размещая информацию об организации, которая может заинтересовать потенциальных работников, предприятие получает новые пути пополнения персонала организации. Доверие людей к СМИ больше, чем к обычным объявлениям, так как сложилось мнение о независимости первых.

Паблисити может проявляться следующими способами:

1. Подготовка информации об организации и дальнейшая передача ее СМИ, или проведение пресс-конференции.

2. Прямое общение с группой представляющей общественность, которая в дальнейшем может передать информацию о предприятии, это могут быть как журналисты, так и обычные люди.

3. Индивидуальное общение с влиятельными людьми, через которых можно будет воздействовать на массы, путем их примера и попытки завоевав их положительное мнение об организации, достигнуть доверия общественности.

Важным фактором эффективности является уникальность информации представляемой СМИ. Необходимо искать новости. Это может быть информация о достижениях сотрудников, памятные даты и события, новые предложение по предоставлению услуг или способы их предоставления – все, что может заставить общество, считать предприятие лучшим в своей сфере, продукция производится из качественного сырья, рабочая атмосфера комфортная, персонал высококвалифицированный. Целью отбора информации является, заполнение данных передаваемых СМИ определенным подтекстом, повествующим о лучших качествах

организации. Важность той или иной информации и необходимость ее в публицити, определяется целями, поставленными в начале деятельности.

Паблицити должно соответствовать определенным требованиям:

1. Реалистичность – программа паблицити должна быть работоспособна и выполнима.

2. Сложность – паблицити должна соответствовать возможностям организации и не требовать слишком много ресурсов для ее выполнения.

3. Гибкость – в течение выполнения паблицити, нужно постоянно пересматривать цели, возможности организации, так как в любой момент они могут измениться и, достигнув результатов выполняемой деятельности, может оказаться, что она уже не актуально или возможно было добиться больших результатов, чем планировалось.

4. Индивидуальность – информация, предоставляемая СМИ должна быть уникальна и неповторима, иначе результаты паблицити будут малы, или вовсе будут отсутствовать.

В заключение хотелось бы отметить, что понятие паблицити с каждым днем становится все популярнее, но, к сожалению, в российском обществе мало руководителей и менеджеров, которые понимают, значение паблицити для организации, достоинства и недостатки данного вида деятельности. Хотя современный бизнес требует использования всех способов повышения эффективности организации и ее узнаваемости на рынке. Много отечественных предпринимателей, имеющих малый бизнес, не считают необходимым вкладывать средства в рекламу. За рубежом важность паблицити в предпринимательской деятельности признана намного раньше, и результатом является большая эффективность и узнаваемость компаний по сравнению с Россией.

Литература

1. Буари, Ф.А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия / Ф.А. Буари. – М.: Омега, 2001. – 178 с.

МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

А.А. Скотарев,

*студент кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И. В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Мотивация – это одна из основных функций современного менеджмента, которая побуждает человека к деятельности и направлена на достижение целей организации, через реализацию своих личных целей и потребностей, что повышает эффективность труда персонала организации. Мотивация имеет прямое отношение к результатам работы.

Вопросами мотивации персонала занимались многие зарубежные и отечественные авторы: М. Мескон, А. Маслоу, Ф. Герцберг, В. Врум, Р. Портер, Э. Лоулер, Л. С. Выгодский и другие.

На сегодняшний день почти все предприниматели, так или иначе, прибегают к использованию мотивации персонала, но проблема в том, что не каждый руководитель знает как осуществляется мотивирование персонала и каким образом мотивацию можно использовать более эффективно. Как правило, это связано, с тем, что руководители обладают не всеми необходимыми знаниями в этой области. Многие используют стимулирование персонала, но забывают о внутренней мотивации, и это одна из самых грубых ошибок нашего времени.

Мотивацию можно определить по-разному. С одной стороны мотивация – это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации, так говорил великий американский психолог Абрахам Харольд Маслоу. С другой стороны мотивация – это процесс сознательного выбора человеком того или иного типа поведения, определяемого комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов. В процессе производственной деятельности мотивация позволяет работникам удовлетворить свои основные потребности путем выполнения своих трудовых обязанностей [1].

Ряд отечественных и зарубежных исследователей рассматривают современные теории мотивации, подразделяя их на две группы: содержательные и процессуальные.

Содержательные – основываются на том, что существуют внутренние побуждения (потребности), которые заставляют человека действовать. Наиболее известными теориями мотивации этой группы являются: теория потребностей Маслоу, теория существования, связи и роста Альдерфера, теория приобретённых потребностей МакКлелланда, теория двух факторов Герцберга.

Процессуальные теории мотивации определяют не только потребности, но и являются также функцией восприятия и ожидания человека, связанных с данной ситуацией и возможных последствий выбранного типа поведения.

Имеются три основные процессуальные теории мотивации: теория ожидания Врума, теория справедливости Адамса, модель мотивации Портера – Лоулера [2].

К возможным методам мотивации относятся:

1) Справедливое денежное вознаграждение. Для того чтобы система оплаты работала эффективно, необходимо, чтобы она отвечала следующим требованиям: должна прослеживаться четко определенная связь между вознаграждением и затраченными усилиями, методы оценки производительности должны быть общепризнанны как справедливые и последовательные. То есть финансовые мотиваторы (бонусы, премии, комиссионные схемы) работают только тогда, когда существует связь между усилием и вознаграждением, и ценность вознаграждения соответствует усилию.

2) Наделение полномочиями и ответственностью. Для правильной реализации данного метода сотрудники должны иметь возможность контролировать ключевые процессы выполнения своих обязанностей в контексте общей прозрачной структуры деятельности. Эта возможность основывается на получении информации о целях и миссии организации, ее истории и рынке; о целях отдела/подразделения, где работает сотрудник; его должностной инструкции, неформальной информации об организации (должна соответствовать информации, полученной формальным путем).

3) Пробуждение интереса к работе. Люди как профессионалы хотят иметь интересную работу и видеть результат своих усилий. Индикаторами могут служить опросы, ротация и текучесть кадров, показатели отсутствия, анализ аттестаций и т.п.

4) Возможность персонального роста. Интересная работа остается таковой до определенного момента, необходим рост и развитие, а соответственно, и новые знания. Сотрудники должны осознавать, какие шаги им необходимо предпринять для карьерного и профессионального роста, а также иметь возможность получения новых знаний.

5) Формирование преданности и верности организации (commitment). По определению «commitment» состоит из трех компонентов:

- осознание целей и ценностей компании;
- желание принадлежать организации;
- желание прилагать усилия на благо организации.

Преданность передается от лидера и целей, которые он выражает. Руководители, у которых есть представления о желаемом будущем организации, четко определены цели и ценности компании, способны вести сотрудников в заданном направлении и обеспечить их ресурсами для выполнения заданий. Мотивация и продуктивность выше, когда определены конкретные цели, когда цели сложны, но достижимы. Важны участие

сотрудников в постановке целей, как средство достижения соглашения, а также обратная связь. Этот метод близок концепции МВО (management by objectives). Но эта концепция, несмотря на свою популярность, часто терпела поражение именно из-за бюрократического подхода и отсутствия поддержки со стороны сотрудников и их вовлеченности в процесс согласования целей.

б) Формирование духа сотрудничества и корпоративной культуры. Целью в данном контексте будет создание мотивационного климата, подчеркивание и пропаганда норм и ценностей компании. Работа в команде единомышленников может обернуть индивидуальные усилия в потрясающий успех. Трудные задания порой под силу только для коллективного выполнения [3].

В заключение хотелось бы отметить, что мотивация персоналом это неотъемлемая часть менеджмента организации. В настоящее время, проблема мотивации остается самой актуальной и, к сожалению, самой неразрешенной в практическом плане проблемой.

В российском обществе мало руководителей и менеджеров, которые понимают, значение мотивации для своей организации. А ведь для многих работа - главное средство реализации себя как специалиста, и если это потребность не удовлетворена, то это влечет за собой негативные последствия для организации. И задача руководителя создать все условия для использования всего потенциала работника.

Не существует единых методов мотивации персонала. Любой метод, применяемый руководителем, основан на выбранной организацией стратегией управления человеческими ресурсами. Это означает, что выбор конкретного метода мотивации должен, в первую очередь, определять общей стратегией управления персоналом, которой следовала или желает следовать организация.

Литература

1. Кибанов, А.Я. Организация управления персоналом на предприятии/ А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров – М.: ГАУ, 2010.-254с.
2. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом/ Т.Ю. Базаров, Б.Л. Уремена – М.: ЮНИТИ, 2007. -630с
3. Мескон, М. Основы менеджмента/ М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури. - М.: ГАУ, 2009. – 692с.

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

А.А. Скотарев,

*студент кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель А.А. Подвижайло,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

Существует несколько определений понятия конфликт. На Западе широко распространено понятие конфликта, сформулированное известным американским теоретиком Л. Козером. Под ним он понимает борьбу за ценности и притязания на определенный статус, власть и ресурсы, в которой целями противника являются нейтрализация, нанесение ущерба или устранения соперника [1].

В ходе исследования данной проблемы, мы поставили два вопроса, на которые необходимо было дать ответ:

- 1) Возможно ли управление конфликтами в организации?
- 2) Всегда ли конфликт имеет негативные последствия для организации?

На данные вопросы мы постараемся ответить и дать рекомендации. Прежде всего необходимо знать определение управление конфликтами. Управление конфликтами – это деятельность направленная на предупреждение и регулирование конфликта.

Невозможно избежать конфликтов в организации, поэтому задача руководителя, не предотвратить конфликт, а максимально сгладить его ход и последствия. Но как правило, руководители не знают, как можно урегулировать конфликт. К тому же, руководители сами бывают виновны, что в организации возникают конфликты. Это может быть связано со следующими факторами: плохая организация работы с группой со стороны руководителя, наличие неэффективного стиля руководства группой, неполное владение руководителем информацией о работе внутри организации, отсутствие доверительных отношений руководителя с подчиненными, невмешательство руководителя в отношения между работниками, наличие плохого психологического климата в рабочей группе, преобладание индивидуальных интересов над общегрупповыми, отсутствие должного контроля по отношению к членам группы со стороны руководителя, неправильное мотивирование подчиненных, недостаточная степень ответственности за работу подчиненных. Все эти факторы и ещё многие другие влияют отрицательно на психологический климат в организации, что сказывается на работоспособности персонала [2].

Прежде всего, мы хотим отметить, что управление конфликтами достаточно сложный процесс и включает в себя несколько видов деятельности:

1)Прогнозирование - предвидение возможности конфликта и его возможного будущего. Прогноз - это представление о будущем конфликте с определенной вероятностью указания места и времени его возникновения.

2)Предупреждение - это деятельность, направленная на недопущение его возникновения и разрушительного влияния на общественную с

3)Стимулирование конструктивных конфликтов, являющихся двигателем прогрессивных изменений, модернизации общественной системы, составляет весьма существенную сторону социального управления. Речь не идет об искусственном нагнетании конфронтаций, о насаждении враждебности в обществе. Стратегия стимулирования конфликта - это стратегия мобилизации активности того или иного общественного субъекта при решении жизненно важных проблем, стратегия развития позитивной инициативы, достижения оптимального эффекта социального управления.

4)Регулирование - включает процедуры завершения в соответствии со стратегиями «выигрыш - проигрыш» либо «проигрыш - проигрыш», а его разрешение - со стратегией «выигрыш – выигрыш».

5)Оценка последствий конфликтов [3].

Так же для управления конфликтами мы должны знать стили поведения людей в конфликтной ситуации. Ведь именно стиль поведения, прежде всего, связан с главным источником конфликта – различием интересов и ценностных ориентаций взаимодействующих субъектов.

Стиль поведения любого человека в конфликте определяется: мерой удовлетворения собственных интересов; активностью или пассивностью действий; мерой удовлетворения интересов другой стороны; индивидуальными или совместными действиями.

Томаса - Килменн выделяет следующие стили управления конфликтами:

- *приспособление*, означающее в противоположность соперничеству принесение в жертву собственных интересов ради интересов другой стороны;

- *уклонение (избегание)*, для которого характерно отсутствие как стремления к корпорации, так и тенденции к достижению собственных целей;

- *конкуренция(соперничество)* – соревновательное взаимодействие, не ориентированное на обязательный ущерб другой стороне;

- *компромисс* как метод взаимных уступок;

- *сотрудничество*, когда принимаются решения, полностью удовлетворяющие интересы обеих сторон [3].

Нами было проведено исследование для того, чтобы определить к какому стилю поведения склонны будущие менеджеры по персоналу. В исследование приняли участие 47 студентов БелГУ, четвертого курса института управления, специальности управления

персоналом. Из которых 32 девушки и 15 юношей в возрасте от 18 до 21 года. Результаты исследования показали, что 32% используют соперничество, как стиль поведения, 28% сотрудничество, 17% избегание, 14% компромисс, 9% приспособление.

Исходя из полученных данных, мы можем сделать вывод, что студенты склонны к соперничеству. Нельзя сказать, хорошо это или плохо. При данном стиле поведения, человек склонен добиваться своей цели любыми способами. Это стремление к одностороннему выигрышу для удовлетворения своих собственных нужд. Такой стиль может быть эффективен, если руководитель имеет большую власть над подчиненными. Как правило, в такой организации строго выражен авторитарный стиль управления. Однако у образованного персонала этот стиль может вызвать возмущение. Эта стратегия хороша, только на краткосрочный период. Так как в последующем персонал может не поддержать решение руководителя.

Вторым по значимости выступает сотрудничество. Люди данного стиля всегда могут найти общий язык, что позволяет добиваться успеха медленно, но верно. Данный вариант наиболее эффективный при разрешении конфликтных ситуаций. Это совместная выработка решения, удовлетворяющая интересы обеих сторон. В процессе этого приобретается совместный опыт и происходит обмен информацией создается атмосфера сотрудничества. Люди которые, используют такой стиль, стараются найти наилучший вариант решения.

В заключении хотелось бы отметить, конфликт невозможно избежать, но его можно урегулировать и получить пользу. Ведь в конфликтах люди отстаивают свою точку зрения, высказывают свои мнения, что позволяет умелому руководителю использовать информацию на благо организации. Касаясь стилей поведения, необходимо использовать все пять стилей, в зависимости от конкретных условий конфликтной ситуации. Следовательно, будущим менеджерам по управлению персоналом, необходимо быть гибкими, заниматься саморазвитием, самопознанием и вырабатывать такое качество, как стрессоустойчивость, для того чтобы достичь максимального результата в управленческой деятельности.

Литература

1. Козер, Л.А. Психология /Л.А. Козер. – Лондон:Free Press, 1956.
2. Кибанов, А.Я. Конфликтология / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА, 2004. – 235 с.
3. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Уремена. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 630 с.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ПРИЕМОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Е.В. Хареба

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель А. А. Подвижайло,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры управление персоналом НИУ «БелГУ»*

Проблема манипуляции в межличностных отношениях (и особенно в организационной среде) является актуальной, так как процесс межличностной коммуникации очень разнообразен и по своей сути насыщен множеством приемов и методов манипуляции. Часто в процессе ежедневного общения мы не только сами используем манипулятивные методы, но так же и попадаем на «крючки» манипуляторов, поведению которых присуще достижение скрытых целей, не всегда полезного либо нейтрального характера для своих «жертв».

Взаимодействия подобного рода стали предметом изучения многих отечественных и зарубежных ученых, среди них можно выделить: Е.Л. Доценко, Д.Б. Катунин, Х. Брейкер, Дж. Саймон, М. Кантор, Р. Хейр, П. Бабяк и многие другие.

Хотелось бы внести используемые в работе дефиниции.

Манипуляция – это «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [1].

Макиавеллизм (макиавеллистичность) – «свойство личности, включающее в себя цинизм, отчужденность, эмоциональную холодность, пренебрежение конвенциональной моралью, допускающее использование других в своих целях» [2].

Стоит отметить, что термины «манипуляция» и «макиавеллизм» - понятия пересекающиеся (как типы воздействия на человека – его поведение и сознание – в процессе межличностной коммуникации), но не взаимозаменяемые, так как целью «макиавеллизма» является не изменить партнера по общению, а добиться с его помощью определенной цели (в отличие от манипулятивного поведения) [3].

Манипуляция предполагает наличие скрытой цели, а, значит, и оперирование неправдивыми фактами, как и «макиавеллизм» (здесь в более развитой форме), что позволяет нам при исследовании склонностей к манипуляции прибегать к исследованию феномена «макиавеллизма».

В процессе коммуникации человек использует манипулятивные приемы не только как способ достижения скрытой цели, а так же и как способ самозащиты от других манипуляторов, что позволяет «защищаться нападением».

Если обобщить имеющуюся информацию, можно утверждать, что современный человек в той или иной мере склонен к манипулятивному поведению.

Исходя из имеющейся гипотезы, мы провели исследование, целью которого является изучение уровня «макиавеллизма» у респондентов. Описание выборки: исследование проводилось на базе института управления НИУ «БелГУ». В исследовании приняли участие 30 человек. Возрастной состав испытуемых 19-22 года.

В ходе исследования была использована методика для диагностики выраженности «макиавеллизма» Р. Кристи и Ф. Гейса. Авторы данного опроса выделяют два уровня выраженности – «высокую» и «низкую».

Описание идеальной личности, принадлежащей «высокому» уровню таково: правдива, критична, прямолинейна, настойчива (особенно, касаясь вопросов достижения цели); этому человеку присущи классические лидерские качества, стремление к доминированию, соревнованиям, агрессивность и напористость [4]. «Пренебрежение социальным одобрением, тенденция иметь особое мнение, отличное от мнения большинства, нацеленность на результат, прагматичность. Уверенность, чувство собственного превосходства, независимость, стремление к соперничеству. Саморефлексия, наличие внутренних конфликтов, общий негативный эмоциональный фон. Тщеславие, любовь к лести, честолюбие, умение приспосабливаться в любой ситуации» [5].

В свою очередь «низкий уровень можно охарактеризовать следующим спектром выделяемых качеств: «застенчивость, вежливость, отсутствие грубых выражений в речи, сострадательность, доброту, сердечность, эмпатию, сочувствие, уступчивость, понимание, ощущение радости от процесса (творчества), потребность в помощи, доверии, признании со стороны окружающих, стремление к тесному сотрудничеству, дружелюбное отношение к окружающим, правдивость, доверчивость, искренность, добросовестность» [6].

Подсчитав имеющиеся баллы, мы получили такой результат:

- «высокий» уровень выраженности «макиавеллизма» (более 50 баллов) показали 17 человек, что составляет 57% респондентов;
- «низкий» уровень выраженности «макиавеллизма» (менее 50 баллов) показали 13 человек, 43% опрошенных.



Рис.1. Уровень выраженности «макиавеллизма» у респондентов

По итогам исследования мы можем говорить, что абсолютное большинство респондентов имеют:

- убеждения о естественности проявления манипуляции в процессе межличностного общения;
- склонность к проявлению «манипулятивных» навыков и их применения на практике в процессе коммуникации (при этом мы не имеем возможности судить, используются ли эти навыки на практике).

Исходя из этого, можно сделать вывод, что среди опрошенных более половины склонны к высокому уровню «макиавеллизма», что может быть обусловлено спецификой выбранной профессии (классический образ «управленца» предполагает наличие качеств «высокого» уровня, недела «низкого»).

В итоге говоря, что манипуляция представляет собой один из способов достижения цели, а люди в своем большинстве имеют цель, мы можем утверждать, что в процессе межличностной коммуникации разнообразным манипуляциям (а также и «макквевиализму») подвержено абсолютное большинство людей, которое также использует (осознанно либо нет) их основные приемы.

Литература

1. Бехтерев, В.М. Внушение и его роль в общественной жизни / В.М. Бехтерев. СПб.: Питер, 2003.
2. Бендас, Т.В. Гендерная психология: Учебное пособие / Т.В. Бендас. – СПб.: Питер, 2008. – 431 с.
3. Одинцова, М. А. Многоликость «жертвы» или немного о Великой манипуляции (Система работы, диагностика, тренинги) / М.А. Одинцова. – М.: Флинта, 2010. – 256 с.
4. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. –М.: Речь, 2003. – 304 с.
5. Зацепин, В.И. На пути к общей типологии личности / В.И. Зацепин. – СПб.: Теза, 2002. – 79 с.
6. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 368 с.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Е.В. Хареба,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

Научный руководитель Л.А. Третьякова,
доктор экономических наук,

профессор кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Исследование влияния социальных сетей на формирование межличностной коммуникации в молодежной среде актуально, так как на протяжении всей истории межличностная коммуникация играет большую роль в жизнедеятельности человека. На сегодняшний день происходит выделение нового канала общения – интернет-коммуникация, развитие которого на данный момент не представляется без социальных сетей [1].

Коммуникация является объектом исследования многих ученых, среди них Якимова Е.В., Почепцов Г.Г., Бивин Дж., Яковлев И.П., Адрианов М.С. и многие другие. Каждый из них представил в трудах свое определение коммуникаций. Хотелось бы выделить определение «коммуникации», данное С.В. Борисневым: «коммуникация – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств» [2].

Исследование коммуникации берет свое начало с 20-х годов XX века, в связи с развитием технических средств передачи информации, особенно радио, а также позднее с развитием техники в целом, в частности, телевидения, компьютеров, а кроме того - с популяризацией большого бизнеса и процессами глобализации [3]. В процессе исторического развития обществом были пройдены различные уровни коммуникационных взаимодействий, начало XXI века было ознаменовано широким распространением интернета и появлением на его базе разнообразных социальных сетей (2004 год – создание «Facebook») [4]. В нашей стране подобное веяние Запада сразу же охватило молодежь (2006 год – появление «ВКонтакте» и «Одноклассники»), и сейчас этот слой общества не представляет своей жизни без ежедневной проверки сообщений, просмотра новостей, а так же «лайков» тех или иных событий [5].

Для определения степени и глубины влияния социальных сетей на формирование межличностной коммуникации в молодежной среде был проведен социологический опрос среди студентов института управления НИУ «БелГУ» в возрасте от 18 до 22 лет с использованием авторской методики по определению роли социальных сетей в процессе организации «студенческого» общения.

В рамках выборки мужчины составляли 34%, а женщины – 66%, что отражает среднее соотношение половозрастной категории в институте, а значит, мы можем говорить о ее репрезентативности. Главную цель исследования можно определить, как изучение специфики межличностной коммуникации в молодежной среде, и роли социальных сетей в ее формировании.

По результатам исследования мы выявили, что: во-первых, 100% респондентов являются пользователями хотя бы одной социальной сети, что может быть обусловлено «переносом» некоторой доли работы в сети, а так же популяризацией общения в интернете; во-вторых, на вопрос «Нужны ли социальные сети?» 82% опрошенных ответили утвердительно, 10% выразили сомнение и лишь 8% четко ответили «нет»; это может быть связано в расширении круга потребностей в быстром и срочном контакте друг с другом.

В-третьих, мы попытались выявить причины появления человека в бесчисленных «контактирующих» сайтах, их оказалось довольно много, но все же нами они были объединены в несколько групп:

- для половины опрошенных причиной посещения социальной сети является потребность в общении как процессе (без конкретной предметной необходимости), а также просмотр фильмов и прослушивание музыкальных композиций – так называемая, развлекательная часть досуга (рис. 1);
- чуть более четверти (26%) ответили, что им важны новости, а также разнообразные подписки на новостные блоги, ленты, видеоканалы – социальная сеть как заменитель радио, телевидения и аккумулятор всей новостной информации;
- 14% респондентов признались, что им нахождение в социальной сети необходимо исключительно из-за работы - поиск партнеров, клиентов, потребителей, изучение рынков;
- десятая часть (10%) проводит время в сети в период бездействия, скуки, они признаются, что в этот период им нечем заняться не только в реальной жизни, но и в сети.

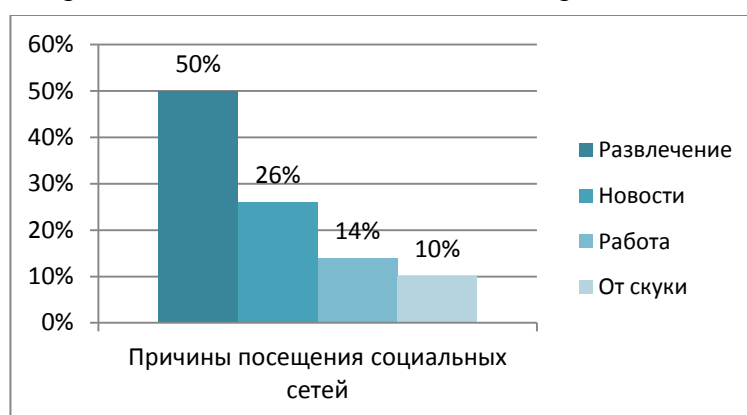


Рис. 1. Заявленные причины посещения студентами социальных сетей

В-четвертых, узнав, какие мотивы движут студентами в процессе работы в соцсети, мы заинтересовались, удовлетворены ли они результатами этой работы: четко «да» и «нет» смогли сказать 48% и 22% респондентов соответственно, для 30% ответ на этот вопрос вызвал затруднения. Это может позволить нам судить о том, что респонденты в общей массе не совсем довольны качеством информации, предоставляемой в сети, либо ее сложными для восприятия интерфейсами.

В-пятых, особое внимание хотелось бы уделить вопросам: «Сколько у вас реальных друзей?» и «Сколько времени Вы тратите, находясь в социальной сети?» (рис.3):

- студенты, ответившие на первый вопрос отрицательно (10%) были полностью включены в ответ «От 8 и более часов» на второй вопрос (13%). Это может говорить о «замене» отсутствующих реальных друзей виртуальными;
- в свою очередь люди, имеющие 1-3 друга (35 %) «зависают в сети» от 2 до 4 часов (25%) и от 4 до 8 часов (10%);
- студенты, которые друзьями в реальной жизни могут назвать от 4 до 6 человек (22%) проводят в сети различное количество времени: от 5 минут до получаса – 9% (менее замкнуты во всех сферах жизни) и 4-6 часов – 13% (реальная часть общения заменяется виртуальной, но все же основа межличностной коммуникации – живое общение);
- пятая часть отвечавших на вопросы (имеющие более 7 друзей) утверждают, что у них нет времени на постоянную бессмысленную трату времени в интернете, поэтому более получаса в сутки они там не задерживаются (рис. 2);
- особой категорией «дружелюбных» студентов можно назвать тех, которые находят время на более 7 реальных друзей, и отдают более 8 часов на бесчисленных виртуальных (3%) – их умению находить и поддерживать контакты можно только позавидовать.

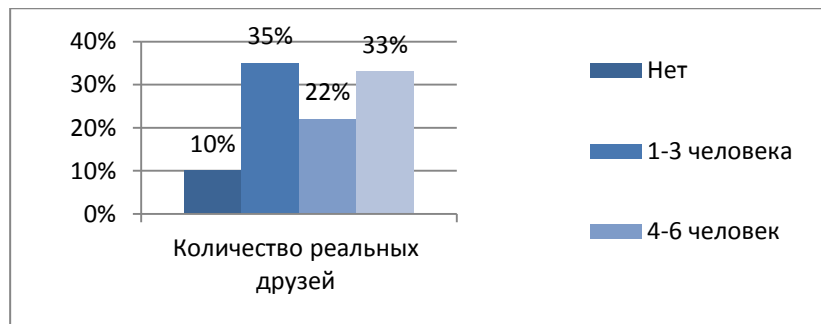


Рис. 2. Заявленное количество реальных друзей у респондентов

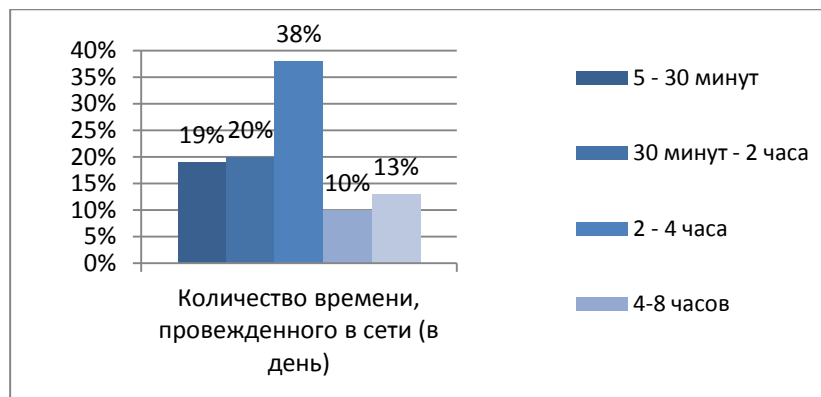


Рис.3. Заявленное количество времени, ежедневно проводимого респондентами в социальных сетях

В-шестых, многие ученые утверждают, что сегодня существует проблема зависимости подростков и молодежи от интернета в общем, и социальных сетей в частности; студентам мы задали вопрос, испытывают ли они зависимость от какой-либо социальной сети: около трети опрошенных (32%) признались нам, что такая проблема есть (например, большая часть от социальной сети «ВКонтакте»), но оставшиеся такой проблемы в себе не видят.

Резюмируя вышесказанное, очевидно, что в современном мире деятельность в социальной сети – это, с одной стороны, часть жизнедеятельности молодого человека, который в условиях дромократии (власти скоростей) стремится к максимально быстрому обмену информацией; с другой стороны, это один из рычагов управления коммерческих компаний общественной ультраструктурой (например, SMM-продвижение), что впоследствии создает возможность существования «массового» сознания, где отдельный человек – это всего лишь часть сложной многоуровневой системы информационных коммуникаций.

Литература

1. Коноваленко, М. Ю., Коноваленко, В. А. Теория коммуникации: учебник для бакалавров. / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 415 с.
2. Бориснёв, С. В. Социология коммуникации: учеб. пособие для вузов / С.В. Бориснёв. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С. 14
3. Назарчук, А. В. Теория коммуникации в современной философии / А.В.Назарчук. – М.: Прогресс-Традиция, 2009. – 320 с.
4. Колисниченко, Д.Н. Facebook. Полное руководство. / Д.Н. Колисниченко. – М.: «Диалектика», 2011. – 272 с.
5. Кононов, Н.В. Код Дурова. Реальная история «ВКонтакте» и ее создателей / Н.В. Кононов. – М.: «Диалектика», 2013.

ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБЫ ЗАНЯТОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ (КРАТКИЙ ЭКСКУРС)

К. С. Шакшина,

*студентка кафедры управления персоналом
института управления НИУ «БелГУ»,
4 курс*

*Научный руководитель И. В. Шавырина,
кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»*

На сегодняшний день значительное количество наших граждан являются безработными. Государство видит своей основной задачей целенаправленное воздействие на рынок труда в интересах общества в целом и каждого индивида, желающего применить свои способности к труду.

Согласно ст.1 Конвенции МОТ № 88 «Об организации службы занятости» от 9 июля 1948 г., основной ее обязанностью является обеспечение наилучшей возможной организации рынка труда в качестве неотъемлемой части национальной программы достижения и поддержания полной занятости, развития и использования производительных сил [1]. Анализ деятельности органов служб занятости разных стран, а также многолетний опыт сотрудничества российских органов службы занятости с Всемирной ассоциацией государственных служб занятости (ВАГСЗ), органами служб занятости Германии, Франции, Норвегии, Великобритании, Канады это подтверждает. Эффективность выполнения стоящих перед службой занятости задач в значительной степени связана с выбором рациональной структуры управления и применением современных управленческих технологий.

Процессы, происходящие в последние два десятилетия в государственных службах стран ОЭСР (организации экономического сотрудничества и развития), включая службы занятости населения, во многом определяются переходом к парадигме нового государственного управления (New Public Management NPM), базирующейся на адаптации бизнес технологий к деятельности органов государственного управления. NPM включает ряд достаточно общих направлений повышение результативности деятельности государственных организаций, децентрализацию процессов управления, либерализацию услуг и использование института государственно-частного партнерства при их оказании, усиление ориентации на потребности получателей услуг, переход к управлению по результатам и т.д.[2].

В плане практического внедрения принципов NPM показателен опыт Великобритании и Швеции: в этих странах основные этапы реформирования были завершены в конце 90х годов и включали как изменение организационной структуры, так и введение новой системы оплаты труда, напрямую зависящей от степени его эффективности.

В большинстве развитых стран были проведены масштабные административные реформы, связанные с децентрализацией государственного управления. Децентрализация основывается на принципе субсидиарности, предусматривающей осуществление государственных функций и оказание государственных услуг структурами, наиболее приближенными к гражданам. Одной из главных целей таких преобразований является повышение качества и эффективности услуг.

Хотя тенденция к децентрализации управления в странах ОЭСР налицо, по странам ее уровни разнятся. Так, в ходе административных реформ во Франции, Германии, Японии государственное управление осталось более централизованным нежели, например, в Австралии [3].

Мировой опыт развития государственных служб занятости демонстрирует различные сочетания рыночных подходов к оказанию ряда услуг и государственного регулирования их предоставления. Австралия и Нидерланды показывают примеры

радикальных институциональных реформ в части перехода к использованию государственно-частных механизмов в области содействия занятости населения, к открытой конкуренции между независимыми поставщиками услуг, что создает, по мнению экспертов, оптимальное соотношение между затратами и качеством, снижает государственные расходы. Для безработных граждан при этом существует возможность выбора поставщика услуг.

Государство сохраняет контроль на всех уровнях оказания услуг, в том числе при управлении процессом их предоставления посредством заключения договоров с поставщиками услуг. Представляет интерес опыт ряда стран в области оплаты договорных обязательств. Так, в Нидерландах половина суммы оплаты по договору производится по истечении шести месяцев после трудоустройства гражданина на постоянное рабочее место при условии, что он не потерял эту работу в течение этого периода [4].

Программы активной политики занятости населения развиваются и эволюционируют: в период кризиса в некоторых странах реализовывались программы, аналогичные российским, направленным на снижение напряженности на рынке труда.

Одной из основных задач органов службы занятости является активизация позиции безработных граждан при поиске работы службе занятости. Как отмечает Т. Вейчаупт, с середины 90х годов во многих западных странах проводятся регулярные исследования по оценке качества обслуживания клиентов (Австрия, Бельгия, Франция, Германия, Ирландия, Нидерланды, Швеция, Великобритания). В Австрии, Ирландии, Швеции показатели удовлетворенности клиентов относятся к наиболее важным плановым целевым показателям деятельности подразделений государственной службы занятости [5].

С 2011 года, в России началось формирование новой модели содействия занятости.

В 2011 г. на открытии Международного экономического форума в Петербурге, Д.Медведев подтвердил модернизацию и сформулировал основные задачи для достижения этой цели, включая «модернизацию самого государственного управления, внедрение в него современных проектных подходов и децентрализацию полномочий»[6].

Начавшаяся в РФ 1 января 2007 г. передача федеральных полномочий в сфере занятости населения для осуществления на региональный уровень вписывается в контекст процессов реформирования государственного управления, в частности связанных с децентрализацией части ответственности за полноту и качество оказания государственных услуг в области содействия занятости населения.

Существенным образом изменилась система управления, соподчиненность уровней. С 1 января 2007 г. службы занятости были преобразованы в органы государственной власти субъектов Федерации. Роструд осуществляет надзорно-контрольную деятельность в сфере занятости населения.

В Концепции снижения административных барьеров и повышения доступности государственных и муниципальных услуг на 2011-2013 гг., утвержденной распоряжением Правительства РФ от 10 июня 2011 г. № 1021р, обозначены базовые принципы принятия решений по разграничению полномочий между Российской Федерацией, субъектами РФ и муниципальными образованиями, в частности: обеспечение четкого законодательного закрепления принадлежности полномочий определенному уровню публичной власти в отношении полномочий органов государственной власти субъектов РФ, которые закреплены в законодательстве таким образом, что невозможно определить, являются ли они делегированными или собственными [7].

В настоящее время обсуждается вопрос о полной передаче регионам части полномочий (с изменением их статуса на региональные) по мероприятиям активной политики занятости вместе с финансовым обеспечением, оставив на федеральном уровне только социальные выплаты безработным с тем, чтобы размер этих выплат по всей территории страны был единообразным [8].

По сравнению со странами ОЭСР в российской государственной службе занятости за основу были приняты менее радикальные модели в части перехода к государственно-частным механизмам оказания услуг в области содействия занятости населения. Тем не менее, если на первых этапах существования отечественной службы занятости

практически все государственные услуги (кроме профессионального обучения) оказывались работниками центров занятости населения, то в настоящее время для оказания ряда государственных услуг в полном объеме (например, по профессиональной ориентации, психологической поддержке, социальной адаптации) либо части административных процедур государственных услуг (например, в подготовке бизнес-планов в рамках государственной услуги по самозанятости и др.) органы службы занятости могут привлекать сторонние организации.

При этом основным инструментом, регулирующим отношения между государственными органами, безработными гражданами и отдельными поставщиками услуг службы занятости, являются договорные отношения. Этот процесс регулирует вторая сторона договорных отношений (органы службы занятости регионального или муниципального уровня) и на ней в полной мере лежит ответственность за полноту и качество оказания услуг, недопущение нарушений законодательства в сфере занятости населения.

В одном из обзоров Всемирного банка подчеркнуто, что децентрализация принятия решений может осуществляться только после унификации и централизации системы принятия решений (оценить полноту и качество оказания государственных услуг в сфере занятости населения было бы невозможно без их регламентации) [9]. В рамках административной реформы разработаны и внедрены административные регламенты оказания государственных услуг в сфере занятости населения, что дает возможность соблюсти принцип справедливости, гарантирующий равные права всем получателям услуг в службе занятости от Камчатки до Калининграда.

Какие бы пути дальнейшего реформирования российской службы занятости ни были выбраны, опыт передовых стран убедительно доказывает, что государственные службы занятости – это институт, подвластный рыночной экономике. Как отмечает Т. Четвернина, многие страны идут по пути модернизации деятельности службы занятости, цель которой сохранение государственной службы занятости как одной из несущих конструкций эффективной экономической политики [10].

В условиях, проводимых в России преобразований, механизмы управления государственной службой занятости населения должны работать на усиление ответственности за достижение конечных общественно значимых и измеримых результатов, гибкости в планировании и проведении мер активной политики занятости, поддержку вертикальной и горизонтальной мобильности работников, повышение полноты и качества оказания государственных услуг.

При этом основа деятельности службы занятости остается неизменной: ориентация на потребности клиентов граждан, ищущих работу, и работодателей.

Политика занятости как важнейшая составляющая социальной политики любой страны, как западной, так и отечественной, должна быть сфокусирована на проведении мер, способствующих формированию условий для более полного использования потенциала трудовой и деловой активности граждан, противодействующих обеднению населения и массовой безработице, стимулирующих продуктивное поведение личности в конкурентной рыночной среде. С учетом сказанного важнейшим приоритетом государственной социальной политики должно стать активное содействие обеспечению эффективной занятости.

На наш взгляд, России не хватает опыта децентрализации. Децентрализация предполагает перераспределение ответственности на более низкие уровни управления, в то время как роль высшего звена сводится к принятию стратегических решений, связанных с планированием, установлением целей, стандартов, норм. Сохранив внутреннюю вертикальную координацию между уровнями региональными и муниципальными. Что приведет к упрощению контроля и надзора за изменениями состояния занятого населения. Конечно, распределение ответственности между уровнями не должно затруднять процессов измерения достигнутых службой занятости результатов и внесения изменений в деятельность, что наблюдается порой в странах с излишней децентрализацией управления.

Литература

1. Конвенция МОТ №88. Об организации службы занятости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.conventions.ru/> (дата обращения 20.10.2013)
2. Struyven, L. Between Efficiency and Equality/ New Public-Private Arrangements in Employment Assistance for the Unemployed/ L. Struyven. 2009 – P. 7.
3. Weishaupt, J. A silent revolution New management ideas and the reinvention of European public employment services//SocioEconomic Review [Электронный ресурс].URL: <http://www.pes-bench-marking.eu/uploaddoc4852/.pdf> (дата обращения 21.10.2013).
4. Struyven, L. Multilevel governance and employment policy/ Back ground paper for the session on employment policy at the Multi level Governance Conference 2December/ L. Struyven. 2010 – P. 3-4.
5. Weishaupt, J. A silent revolution New management ideas and the reinvention of European public employment services//SocioEconomic Review [Электронный ресурс].URL: <http://www.pes-bench-marking.eu/uploaddoc4852/.pdf> (дата обращения 21.10.2013).
6. Официальный сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://президент.рф/> (дата обращения 21.10.2013).
7. Официальный сайт «Административная реформа в Российской Федерации» [Электронный ресурс].URL:<http://ar.gov.ru/ru/regions/federal/news/index.php?from21=3&id4=1920> (дата обращения 21.10.2013).
8. Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс].URL: <http://www.minfin.ru/ru/press/> (дата обращения 21.10.2013).
9. Schick, A. Why the most developing countries should not try reforms/ World Bank Research Observer/ A. Schick. 2003 – P. 129-130.
10. Четвернина, Т. Государственная служба занятости: архаика или живой организм / Т. Четвернина // Человек и труд. 2002. № 12. – С.46.

ВОСПРОИЗВОДСТВО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА
В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ

Сборник студенческих научных работ

Материалы Всероссийской
научно-практической конференции с международным участием

г. Белгород, 18-22 ноября 2013 г.

В авторской редакции

Компьютерная верстка *О.О. Петрова*

Подписано в печать 19.11.2013. Гарнитура Times New Roman
Формат 60×84/16. Усл. п. л. 16,27. Тираж 200 экз. Заказ 460.

Оригинал-макет подготовлен и тиражирован
в ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»
308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85.