

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 008:33

Е. А. КОСЬМИНА

Омский филиал
Академии бюджета и казначейства

КУЛЬТУРНО-ЦЕННОСТНЫЕ СИСТЕМЫ КАК ОСНОВАНИЕ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ ЧАСТЬ ВТОРАЯ

Статья посвящена выявлению роли и значения культурно-ценностных систем, изначально базирующихся и формирующихся главным образом на тех ценностях и идеалах, которые имеют религиозное происхождение, в прогрессивном социальном и экономическом развитии общества.

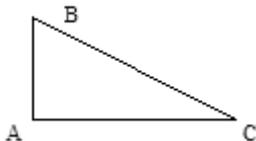
Приведенные в первой части статьи апробированные и весьма продуктивные ценности в специфической форме заветов и уроков Д. И. Смолина и следовало бы дегустировать и усваивать не только власти, государству, но и всем гражданам¹ России, поскольку в его (Смолина) наборе негласно присутствует адресность (не обойден и частный бизнес).

В первую очередь необходима гуманизация власти. Можно сослаться на известного русского мыслителя И. А. Ильина, который часто отмечал, что государственная власть должна осуществлять те полити-

ческие программы, которые преследуют общий интерес, интересы всех членов общества.

Однако власть стала пока выразителем интересов отдельных финансово-промышленных групп (олигархов), которые борются за принятие нужных для них экономических и политических решений. В настоящее время власть сверху навязывает большинству населения новую шкалу ценностей в условиях глубокого общественного кризиса, не учитывая глубоких корней российской духовной жизни и повседневного уклада россиян, их традиций, идеалов, обычаев².

В современной России экономический, политический и духовный кризисы взаимосвязаны и взаимобусловлены (взаимосвязаны). Их диалектическое взаимодействие можно представить в виде прямоугольного треугольника — \times ABC,



в котором катеты — суть реальные условия жизни человека (катет AC — базисный, экономический, катет AB — надстроечный, политический), а гипотенуза BC — духовность, нравственность (гуманизм). В этой конструкции пульсирующим ядром является катет AC, динамика (качественно-количественная) которого главным образом и определяет динамику катета AB и гипотенузы BC (что вовсе не исключает, а предполагает их активное обратное влияние на катет AC и друг на друга).

Важной проблемой является формирование демократического сознания у различных групп населения, в том числе и прежде всего у представителей политической элиты, в составе которой выдвигенцы из различных регионов страны (особенно по партийным спискам), недалеко ушедшие в усвоении демократических и гуманистических ценностей. Уместно справедливости ради отметить проявление с их стороны, пожалуй, даже генетической неприязни иной шкалы ценностей.

Непринятие профессионализма в сфере интеллектуальной деятельности сейчас как никогда культивируется повсеместно в наших парламентах. Большинство российских парламентариев — это люди «среднего числа». И потому неудивительно, что постоянно приглашаемые на программу «Времена» парламентарии различных рангов и направлений профессиональной деятельности для обсуждения острых и злободневных проблем экономического, политического, социального и духовного свойства вчистую проигрывают блистательному ведущему — В. Повзнеру. Захватывающий ликбез. Ведущему с огромным усилием удается выяснить суть поставленных перед ними проблем законодательного характера, но с легкостью необыкновенной удается установить их некомпетентность в решении этих проблем.

Все мы разочаровались в тех людях, которые появились на горизонте после краха социализма. Один пьяница, другой вор, третий глупец и пьяница. Пожалуй, невозможно назвать яркого политика, который являлся бы нравственным человеком. Жил бы не для себя, а для людей. Остался бы бескорыстен, как Сахаров, как Ганди. Такая огромная страна, а руководят ею... Люди из власти имеют величественные особняки, суперсовременные автомобили, иностранные футбольные клубы и проч. И все это в нищей, обездоленной стране.

Возникает вопрос: а совместимы ли вообще политика и нравственность? Возможно ли их взаимодействие, взаимовлияние?

Как было показано выше — возможно взаимодействие и взаимовлияние политики и нравственности, но только не в нашей стране. И это великолепно продемонстрировал, как уже было показано, чешский диссидент — экс-президент Чехии — Гавел.

Что же касается России, то ее диссиденты остались исключительно на уровне морального влияния на общество и, таким образом, были практически вы-

теснены из политики, но моральный свой авторитет многие не потеряли.

В 1993 году на «круглый стол» «Советы и демократия несовместимы», организованный Российской академией наук, помимо известных ученых, писателей, политических и общественных деятелей из многих стран прибыли бывшие российские диссиденты из США, Франции, Германии, Израиля и т.д. В их выступлениях звучало осуждение проводимой в России политики. Их общее мнение выразил Владимир Буковский — публицист, оратор, писатель: «Вы посмотрите хотя бы на тех новых лидеров, на тех руководителей, которых вы избираете. Для большинства из этих людей потрясение, недавно происшедшее в России, вовсе не означает революцию. Они воспринимают это как продолжение своей карьеры, вполне для них естественной. Как возможность перейти из областных кресел в республиканские той же самой иерархической структуры.

Рыночная экономика означает для них в лучшем случае не что иное, как коррупцию, поэтому в лучшем случае от них можно ожидать преследования любой частной инициативы или в худшем — оправдание своей собственной коррупции нуждами рыночной экономики. Короче говоря, если эти люди и способны что-то создать, то скорее всего новую мафию на месте старой, новую политическую систему, которую за неимением специального термина я бы назвал «клетократией». Таким образом, возникшая сейчас картина печальна, но очень похожа на некогда сказанное Галичем в одной из его песен: «...а над гробом встали мародеры и несут почетный караул». Это был ваш выбор».

И еще одно мнение Владимира Максимова: «По моему глубокому убеждению, нынешнюю российскую реальность можно определить одним словом — растление. Героем нашего времени становится человек, умеющий делать деньги и, преимущественно, в твердо конвертируемой валюте. Каким образом — это не имеет значения. Продается и покупается все. И не вздумайте напомнить кому-либо в современной России о чести, совести, собственном достоинстве, а тем более о Родине и ее интересах. Вас поднимут на смех. Честь не кормит, совесть не греет, от собственного достоинства шея болит. Родина там, где хорошо живется. Дашь рынок! И если мне завтра предложат билет в этот рыночный рай, я возвращу его дарителям без всякой благодарности, ибо не желаю даже косвенно соучаствовать в окончательном растлении своей страны, своего народа, добавляя себя этому режиму легитимности. Я больше не хочу ни с кем дискутировать, ибо убежден, что в самом близком обозримом будущем с этим режимом будет дискутировать сам народ, и у него, уверяю вас, найдутся аргументы повеселее моих» [11].

Как гласит народная мудрость: «Что случилось потерять — найдется, если весь народ искать возьмется».

К сожалению, прошедшие тринадцать лет после разговора за «круглым столом» подтверждают прогноз глубоко нравственных диссидентов.

Более того, на день сегодняшний реальностью стало не только растление, но и откровенно и последовательно реализуемая культурными властями политика дебилизации российского народа. Если экс-президент Чехии каждую субботу напоминал людям о морали и нравственности, то экс-министр культуры Швыдкой практически ежедневно навязывает телезрителям то «Аншлаг», то «Кривое зеркало», то собственную персону, далеко не высокоинтеллектуальную.

Что же касается морального влияния на российское общество наших деятелей, то его, в принципе, быть не может по причине отсутствия в их среде моральных авторитетов. Конструкция, содержание и направленность их речей (даже речей, не говоря о поступках) — яркое свидетельство отсутствия у них не только моральных ориентиров, но и самой морали³. Все это было бы иначе, если бы моральному авторитету, интеллектуалу А. И. Солженицину (пророку своего Отечества) было позволено выступать (а он этого страстно желал как патриот своей Родины) с моральными проповедями по телевидению и в парламенте.

А что же пишут и говорят наши именитые политологи? Каков их моральный градус? Глеб Павловский считает, например, что политика и нравственность несовместимы. Одной из своих статей он вынес заголовок: «Я не знаю такой власти, которая не врет».

В иерархии человеческих ценностей, которые отсеивались и отбирались в течение двух христианских тысячелетий, находится четыре «венца» (венец жизни, венец славы, венец похвалы и венец правды), которыми человек награждается за праведную жизнь. В Священном писании на самом первом месте стоит «венец правды» — «Подвигом добрым я подвизался, течение совершил, веру сохранил, а теперь готовится мне венец правды, который даст мне Господь...» И вот с этим самым главным венцом — венцом правды — дела у нас в стране, начиная с верхних эшелонов власти и кончая властью руководителей организаций, обстоят из рук вон плохо. Циники говорят, что природа власти такова, что она просто не может жить без лжи. «Правда настолько драгоценна, что ее должен сопровождать эскорт лжи», — любил повторять У. Черчилль.

Образчиком правды без сопровождающего ее эскорта является правда циничная, даже человеконенавистническая, не так давно прозвучавшая из уст самого богатого в недалеком прошлом Ходорковско-го: «Для многих наших предпринимателей, сделавших состояние в 90-е годы, Россия не родная страна, а всего лишь территория свободной охоты» (в том числе и на людей — конкурентов, представителей определенных ветвей власти и просто неугодных).

Здесь необходимо немного коснуться СМИ, этой особой ветви власти и венчающей, замыкающей формы совокупного капитала. В определенной мере СМИ — это такой сторожевой пёс (лакмусовая бумага нравственности властей), который должен мониторить проблемы общества, а главное — ошибки власти, совершаемые ею (властью) либо по недомыслию, либо совершенно осознанно, прежде всего в области экономики и культуры. СМИ должны напоминать об этом власти и одновременно информировать население.

Мощное оружие СМИ — телевидение, к сожалению, зачастую отдается на откуп низкопробному продукту. И это потому, что телевидение коммерческое, стремится к максимальной выгоде, а значит, зависит от рейтингов и рекламы. Недовольство телевидением выражают и представители власти (и Сергей Иванов, и Сергей Лавров говорят о том, что с помощью телевидения, особенно таких «ярких» программ, как «Кривое зеркало», «Дом-2» и др. достигается желанная цель наших недругов — оглушение населения, его откровенная дебилизация), и представители церкви. Неужели неведомо властям, в том числе и культурным, что на двух главных каналах показывают «развлекуху» (чего стоит, например, программа «Поле чудес»? Научает ли она чему-нибудь массовую аудиторию с очень низким интеллектом), страшилки

и даже эротику, граничащую с откровенным сексом? Конечно же, телевидение призвано выполнять эту целевую функцию — развлекать население, как и еще две другие. Речь идет об информировании и просвещении, воспитании. Что касается информирования, то практически на всех каналах «идет» усеченная информация, по большей части малоинтересная, да иногда в принципе и ненужная, отвлекающая от насущных проблем. Ведь массовую аудиторию интересуют динамика цен и ее последствия, наполняемость бюджета за счет отчислений приватизированных предприятий, направления использования средств так называемого «стабилизационного фонда», судьба социальных программ, социальных гарантий. Ее (аудиторию) по большому счету интересует судьба российских реформ, каких целей — разрушительных или созидательных удастся (или удалось) достичь. Сегодня на российском телевидении единственная правдивая и для аудитории чрезвычайно важная и интересная — это программа А. Караулова.

Что же касается воспитательной, просветительской функции телевидения, то, похоже, в ее реализации все происходит с точностью до наоборот.

То же самое можно сказать и о членах правительства, в порядочность, совестливость которых никто не верит, и не ждет ничего отрадного.

О каких насущных людских проблемах, например, о гуманизации образования, о поддержке этой сферы (не говоря уже о развитии) мог размышлять председатель кабинета министров, не связывающий грамматически правильно двух слов на родном языке, когда он хорошо усвоил главное: если газовая труба не станет давать ему тонны «зеленых», он испытает сильнейший удар по своей значимости, а если миллионы сограждан будут хохотать над его ораторским искусством, то наплевать ему на это тысячу раз, поскольку на производительности газовой трубы это никак не отразится.

Многое из нашей сегодняшней жизни описал Салтыков-Щедрин: «...увидел человек свод законов в шкафу — называет себя юристом, похрустел банковскими билетами — уже казначей, ну а если на голую женщину хотя бы издали глянул — ясное дело — гинеколог» (добавим: научился говорить так, как когда-то выразился бывший министр иностранных дел И. Иванов, чтобы визави или аудитория ничего в итоге не поняли — уже дипломат, уже парламентарий). Да, великие мысли по переустройству (обустройству) России, но исповедующие их не всегда великаны (Ф. М. Достоевский).

Следует сделать особый акцент на том обстоятельстве, что построение гуманистического, свободного общественного строя в России возможно при условии наличествующего подавляющего большинства реформаторов — меритократов (власть должна осуществляться людьми, отличающимися своими достижениями, способностями, профессиональной компетентностью, интеллектом, моралью, нравственностью). Это — главное условие. Вторым условием является поиск и обнаружение таких форм самоорганизации людей, которые помогали бы им как можно быстрее усваивать новые демократические ценности, что отвечает историческому и политическому опыту России, частью которого всегда были солидарность, совестливость, противоречивое отношение к власти, отчужденность от нее общества (как говорят военные: необходимо использовать «все складки местности»).

Гуманистический капитал инкорпорирован в самом человеке и в очень сильной степени, а формализован в слабой степени. Он не отчуждается от человека

и не передается ему механически как вещь в результате разового акта обмена, а транслируется в относительно длительном процессе воспитания и социализации — семьей, школой, коллегами по работе, социальным окружением, господствующей идеологией, религией. В случае с гуманистическим капиталом мы имеем дело с рефлексивным знанием, с целостной системой воззрений на социальную жизнь. Измерить гуманистический капитал можно косвенно по уровню всемирной отзывчивости русского человека: о ней превосходно сказал Ф. Достоевский в знаменитой пушкинской речи (1880г.); о ней говорили русские религиозные мыслители — В. Соловьев, Л. Толстой, Н. Бердяев, С. Франк, Н. Лосский и другие проповедники философии всеединства.

Для измерения гуманистического капитала целесообразно и уместно использовать гуманистическую формулу Альберта Швейцера — «благоговение перед всем святым» — в российском варианте могущую приобрести более реальный и конкретный характер — «благоговение перед детством». Ибо дети — квинтэссенция жизни. Общенациональное бережение детства имеет безусловный смысл, поскольку именно детство есть та пуповина, которая связывает ушедшие поколения с будущими, это всегда надежда нации, это ее бесценный капитал. Дети — единственное, что может сплотить все силы страны, ибо дети интернациональны, внеполитичны, потенциально гениальны, дороги одинаково всем и поэтому необходимо приложить все силы, чтобы они выросли здоровыми физически и нравственно.

В своей объективированной форме гуманистический капитал представлен формами общественного сознания, видом (типом) общественных отношений, заповедями, принципами, идеалами, критериями добра и зла. Они могут быть формализованными и неформализованными, явными и неявными, автономными (локализованными) и неотделимыми от человека.

Познавать окружающий мир, «самосочинять самого себя» (Достоевский) следует с самого начала по «священному писанию», по Библии и ее составляющим — Ветхому завету, Новому завету (и его составляющим — четырем Евангелиям). Именно эти книги гальванизируют, заостряют мышление, побуждают к размышлениям, сопоставлениям, сомнениям и т.д.

Вторым по счету и по значимости источником нравственного здоровья нации является русская классическая религиозная, художественная и историко-философская литература XVIII — XX веков.

Культурный капитал как общественное благо переживает кризис. Не так давно независимый исследовательский центр «Ромир» в ходе очередного социалистического спроса поинтересовался у россиян: «Какие из внутренних проблем общества беспокоят Вас больше всего?» На четвертом месте в рейтинге обеспокоенности, после роста цен, преступности и угрозы безработицы оказался «кризис морали и культуры». Эту проблему назвали даже более важной, чем низкий уровень медицинского обслуживания, коррупция, наркомания, экология и положение дел в Чечне.

Небезынтересна позиция по этому поводу известнейшего народного артиста СССР О. Басилашвили, который в дни 300-летия Санкт-Петербурга в Эрмитаже, Зимнем дворце участвовал в совещании по вопросам культуры, которое вел Президент. В своем выступлении артист о том, что многие вопросы культуры были решены, если бы наше общество, Правительство, Президент, Дума, прочли бы маленькую кни-

жечку на пяти страницах, написанную Д. С. Лихачевым, — «Декларация о вопросах культуры». После выступления, горько посетовал актер, ни один человек не подошел к нему даже из чистого любопытства, чтобы поинтересоваться, а что это за книжечка — даже министр культуры»⁴.

В нашей Конституции культуре посвящена всего одна фраза: «Культура в России свободна», а в Законе о культуре сказано, что государство должно тратить на культуру 2 % бюджета РФ (фактически это норма сведена до 0,2 — 0,3 процента).

Глубоко символично то, что культура, культурный капитал — мощнейший движитель морали и нравственности общества. Культурный капитал в своей объективированной форме представлен специфическими символами и знаками, символизирующими состояние благополучия общества. Культурный капитал обладает колоссальным обобщающим потенциалом. Рамка «культурный капитал» маркирует положение общества в системе координат общечеловеческих ценностей.

Вырожденную форму принимают такие объективированные виды культурного капитала, как литературные тексты, художественные картины, которые ставятся на «поток», на «конвейер». Можно себе представить художественное произведение, которое пишется многими литературными рабами на один раскрученный брэнд. Ныне во многих городах России существуют некие литературные агентства, которые под своими сводами организуют своеобразные литературные кооперативы, где изготовленный на скорую руку продукт (роман, эссе, сценарий и т.д.) поставляется в центральные издательства под известным именем — брэндом. Какова же ценность этого общественного блага?

То же самое можно сказать и об инкорпорированном в «живых организмах», в личностях культурном капитале. Кризис инкорпорированного (личностного) культурного капитала был связан (или обусловлен) с появлением таких писателей, как Павленко, Кочетов, произведения которых пытались поставить во главу угла всего литературного процесса (сравнить с Астафьевым, Солженицыным, Пикулем, Дудинцевым и т.д.).

В связи с ростом цен на бумагу и желанием дельцов круто заработать на издании литературы книга становится товаром, в значительной степени недоступным для широких слоев населения, и прежде всего молодежи. Екатеринбургские социологи отмечают, что современный подросток, помешавшись на богатстве и сексе, относит к писателям XX века А. С. Пушкина и А. Дюма, а Ф. Достоевского считает композителем нашего столетия. 44 % опрошенных подростков полагают, что книги можно и даже нужно сжигать. Правда, пока еще сохраняются и защитники книг. 47% категорически заявили, что любые книги ценны сами по себе и сжигать их преступно.

Книжный рынок в том виде, в каком он существует на сегодняшний день, отвергает литературу, обладающую высокими художественными достоинствами. Единственным механизмом его регулирования выступает прибыль, получаемая издателями и продавцами печатной продукции. И это в то время, когда в абсолютном большинстве стран в отношении духовной продукции осуществляется протекционистская политика со стороны государства, позволяющая поддерживать культурный уровень населения на достаточно высоком уровне.

Итак, в результате внедрения рыночных отношений в сферу культуры оказалось практически пол-

ностью разрушенной ее инфраструктура, резко уменьшился объем и качество духовной продукции, сузился круг культурных образцов, находящихся в активном обороте, уменьшилось число каналов, по которым обеспечивалось еще в недавние времена распространение духовных благ, резко сократилась сфера любительского художественного творчества, практически оказалась свернутой культурная жизнь в провинции и особенно на селе, где приезд кинопередвижки можно сравнить с эпохальным событием, не говоря уже о выездном спектакле или шефском концерте артистов областной филармонии, которые безвозвратно ушли в прошлое.

Факт культурной экспансии вряд ли требует доказательства. Достаточно обратиться к программам передач радио и телевидения. По самым скромным подсчетам, около половины экранного времени отводится демонстрации видеопродукции, созданной на студиях США или других стран. Подтверждением мысли о процессе внедрения инородных культурных образцов в массовое сознание может служить и тот факт, что на протяжении последних лет на экранах кинотеатров России демонстрируются в основном американские фильмы, закупленные у американских кинокорпораций. Естественно, что героями этих фильмов являются преступники и сыщики, проститутки и их поклонники, убийцы и их жертвы, наркодельцы и наркоманы.

И на прилавках книжных магазинов преобладают произведения той же тематики. Бойко написанные, выполненные на высоком полиграфическом уровне, эти книги становятся престижными для обывателя. Так, Г. Роббинс, Р. Стаут, К. Холландер, Э. Арсан, А. Кристи и им подобные становятся «инженерами русской души».

Удовлетворяя потребности индивидов в развлечении, литература, кинематограф, видеозаписи выполняют еще одну функцию: они формируют определенный тип мышления, мировоззренческих установок. Богатство и секс — вот основные ценности жизни, и на пути к ним все дозволено. Говоря другими словами, подобная духовная продукция разрушает основу национального самосознания, формирует космополитов, для которых родина там, где хорошо платят, людей, готовых ради собственного эгоизма продать все, что имеет спрос на рынке: государственные секреты, национальное богатство и т.д.

Опасность американизации русской национальной культуры, формирования рыночной личности, готовой быть тем, на что имеется спрос (предателем, проституткой, мафиози, исполнителем заказанного убийства и т.д.), плохо осознается российской общественностью и сознательно игнорируется противниками русской национальной культуры. В то же время на Западе, практически во всех европейских странах, уже на протяжении десятков лет существуют эффективно действующие законы, препятствующие проникновению на национальный рынок американской духовной продукции. Так, во Франции еще в середине 60-х годов был принят закон, определяющий квоты демонстрации американских фильмов, как в частных, так и в государственных кинотеатрах. Превышение числа американских фильмов над национальными (согласно законодательству, соотношение должно составлять 49:51) наказывается денежным штрафом и лишением лицензии. Целая система протекционистских мер разработана в Испании, Голландии, Италии, Германии и т.д. целенаправленная политика, проводимая европейскими странами против проникновения американской массовой культуры на националь-

ный рынок, не покажется излишней, если вспомнить, что уже в середине 70-х годов различными корпорациями США, специализирующимися в области шоу-бизнеса, принадлежало 80% кинотеатров мира, ими же контролировалось 75% выпускаемых ежедневно в эфир кинопрограмм. На американских студиях создавалось более 50% кинофильмов мира. Американские студии звукозаписи выбрасывали на рынок более 60% от общего числа грампластинок. Сегодня, по оценкам экспертов, часть рынка культурных услуг и продуктов духовного производства в западном мире, контролируемого как государственными, так и коммерческими структурами США, все еще велика.

Неограниченная «свободная любовь» обесценивает отношение мужчины и женщины. Сегодня «пионеры сексуальной революции» (США, Швеция) уже поняли, что любовь, верность и семья — красивее и стабильнее, чем безграничная (животная!) сексуальная свобода. Все почему-то удивляются, почему на Западе растет число изнасилований, особенно детей. Вот цена половой свободы. Соучастниками этого преступления являются «прогрессивные» телевизионные модераторы, усердно разрушающие последние секс-табу и выставяющие на посмешище стеснительных (воспитанных!) людей.

Нет необходимости доказывать, что любой народ, любая нация могут осуществлять и развиваться только тогда, когда они сохраняют свою национально-культурную идентичность, когда, находясь в постоянном взаимодействии с другими народами и нациями, обмениваясь с ними культурными ценностями, тем не менее, не теряют своеобразие своей культуры. В истории можно найти многочисленные примеры того, как исчезали государства, чей народ забывал свой язык и культуру. Но если сохранилась культура, то, несмотря на все трудности поражения, народ поднимался с колен, обретая себя в новом качестве и занимая достойное место среди других народов.

Подобная опасность подстерегает сегодня и русскую нацию, ибо цена на западную технологию может оказаться слишком высокой. Не только резко возрастает социальное неравенство внутри нашего общества со всеми отрицательными последствиями, но и углубляется национальное неравенство между русским народом и так называемыми западными этносами. Вернуть же утраченные позиции в мировой культуре крайне сложно, а смириться с утратой — значит, оказаться на краю пропасти в культурно-историческом развитии.

«Вне культурной преемственности, — пишет В. Межуев, — страна превращается в пустое пространство, открытое для любого экспериментирования над собой. Учиться у других никогда не вредно, но при условии сохранения своей индивидуальности. Отставших, конечно, бьют, но утративших свое лицо просто не замечают, вычеркивают из жизни» [12].

Политика в отношении культуры, которой придерживается нынешнее российское правительство, ведет культуру в ловушку деградации (кризис культуры — это институциональная ловушка).

Культура нуждается в государственном протекционизме. В России процветает шоу-бизнес и масс-культура, а все, что служит сохранению национального культурного достояния, обречено на финансовое голодание (школы, музеи, библиотеки).

Нельзя сказать — будьте свободны, творите, что хотите. Трагично будет, если вся культура станет сферой бизнеса. Государственная политика должна быть целенаправленной — поддерживать не все, что творится, а необходимое, рациональное.

Государство, — отмечал Н.А. Бердяев, — принудительно поддерживая минимум добра и справедливости, никогда не делает этого из любви к добру и из доброты, — доброта чужда государству; оно делает это потому, что без минимума добра и справедливости наступит хаос [13].

Примечания

¹ В свое время Конфуций заметил: «Мне жаль людей, которые живут в условиях перемен».

² Таким образом, власти, естественно, не догадываясь о существовании некоей теоремы Нобелевского лауреата Кеннета Эрроу, блестяще ее доказали (теорема гласит о невозможности определения общественных приоритетов, которые бы соответствовали индивидуальным приоритетам).

³ Конечно же, бывают и исключения, которые обычно заключаются в скобки. Так, например, автор заметки о кончине бывшего первого зам. министра Георгия Габуня ставит в скобки: «У него была своеобразная черта характера, редко встречающаяся среди больших чиновников: он был хорошим».

⁴ Похоже, актерам невдомек, что начальство наставлять (не дай бог еще и учить) бесполезно, а для себя небезопасно. Как здесь не вспомнить ставшее роковым для академика Л. И. Абалкина его выступление на последней XIX партийной конференции, в котором он тоже посоветовал прочесть Тургеневу, но в отличие от О. Басилашвили сказал не о произведении, а о извлеченной из него максиме, потрясшей партбоссов — «Ежели у руля государства стоят люди, не знающие финансов, то они приведут его к неминуемой гибели». Государство пока не погибло, но Л. И. Абалкин на второй день был свободен от государственных хлопот.

Библиографический список

1. Лопухин В. Почему мы бедны? — Эксперт, 2000, № 1-2.
2. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Ekonomik and Politikal Change in Forti-Societis. Princeton University Press, 1997. P. 34-40.

3. Ясин Е. Модернизация экономики и системы ценностей// Вопросы экономики. 2003. №4. С. 23.

4. Ясин Е. Ук. соч. С. 4-36.

5. Еще Милья Дж. Ст. в середине XIX века отмечал факт зависимости экономической жизни от культуры, понимаемой как система «нравов», «обычаев», «ориентаций», «установок», «ожиданий» и «знаний».

6. Лопухин В. Ук.соч. С. 35.

7. Мураками Х. Слушай песню ветра. М.: ЭКСМО Пресс, 2002, С. 291, 292.

8. [file:///Alia\incoming\Роганян\\[%20Радио%20Свобода%20Темы%20дня%20\].htm](file:///Alia\incoming\Роганян\[%20Радио%20Свобода%20Темы%20дня%20].htm)

9. Касьянова К. О русском национальном характере. М.: Институт национальной модели экономики, 1994; Лебедева Н. Базовые ценности русских на рубеже XXI века. — Психологический журнал, 200. № 3; Лапин Н. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России? Аналитический доклад. М.: 2002; Солженицын А. Россия в обвале М.: Русский путь, 1998; Тойнби А. Постижение истории. М.: Айрис-Пресс, 2002; Ясин Е. Модернизация экономики и система ценностей. — Вопросы экономики, 2003, № 4, С. 3-36 и др.

10. Ясин Е. Ук. соч. С. 18-25.

11. Цит. по: Валовой Д. Рыночная экономика. Возникновение, эволюция и сущность. М.: ИНФРА — М.: 1997. С. 382 — 383.

12. Межуев В.М. Российская цивилизация — утопия или реальность?// Постиндустриальный мир в России. — М.: 2001. С. 598.

13. Бердяев Н.А. О назначении человека. М.: 1993. С. 172.

КОСЬМИНА Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент Омского филиала Академии бюджета и казначейства.

Статья поступила в редакцию 10.12.07 г.

© Е. А. Космина

Книжная полка

Костылева, Т. А. Социология рекламной деятельности [Текст]: конспект лекций / Т. А. Костылева; ОмГТУ. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2008. — 52 с. — Библиогр.: с. 51 — 52.

В конспекте лекций рассматриваются вопросы разработки плана и сбора данных в рекламных исследованиях. Особое внимание уделено методам качественного и количественного исследования, вопросам использования методов эксперимента, выборки и опроса в рекламной деятельности. Предназначен для студентов специальности 032401 «Реклама». Его основная задача — помочь студентам получить необходимые теоретические знания социологического обеспечения рекламной деятельности посредством изучения социологических факторов развития рекламы как массового явления, знакомства с основными социологическими методами, обеспечивающими рационализацию рекламной практики.

По вопросам приобретения — (3812) 65-23-69
E mail: libdirector@omgtu.ru.

Яковлева, Е. В. Экономика предприятия [Текст]: учеб. пособие / Е. В. Яковлева; ОмГТУ. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2008. — 126 с.: рис., табл. — Библиогр.: с. 126. — 125. ISBN 978-5-8149-0522-2.

Данное пособие рассматривает основы экономики предприятия, позволяющие компетентно вести практику хозяйствования в современных экономических условиях: основные понятия, сущность, структуру и классификацию предприятий; сущность и значение основных фондов предприятия, показатели использования; экономическую сущность, состав и структуру основных средств; экономическую сущность кадрового потенциала. Особое внимание уделено экономической эффективности производства на предприятии. Учебное пособие предназначено для студентов специальности 080504 «Государственное и муниципальное управление», может быть полезно студентам других экономико-управленческих специальностей и направлений бакалавриата и магистратуры.

По вопросам приобретения — (3812) 65-23-69
E mail: libdirector@omgtu.ru.

Омский филиал
Академии бюджета и казначейства
Сибирская государственная
автомобильно-дорожная академия

ДИАЛЕКТИКА БЕНЧМАРКИНГА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье рассматривается чрезвычайно актуальная проблема, так как повышение роли экономической культуры в обществе является необходимым условием для успешного функционирования и развития экономики России не только отдельных хозяйственных субъектов, но и страны в целом. Эту проблему можно решить намного быстрее и лучше, используя бенчмаркинг.

На смену «старому индустриальному порядку» приходит «новая» экономика,двигаемая информационными технологиями и Интернетом. Новая экономика является динамичной, наукоемкой и чутко реагирующей на изменения. В современном информационном обществе культура наряду с образованием, научными исследованиями и другими отраслями социальной и производственной инфраструктуры становится одним из стратегических факторов экономического и социального прогресса. В то же время проблема экономической культуры общества плохо разработана и для формирования и развития экономической культуры общества необходимы новые лучшие методы. Одним из таких наиболее рациональных методов является бенчмаркинг.

В соответствии с диалектикой — науке о всеобщих законах развития природы, общества, человека и мышления (учении об историческом развитии познания), для того, что бы лучше понять термин бенчмаркинг, необходимо изучить его историю и генезис.

В 90-х годах о бенчмаркинге заговорили повсеместно. Новое направление на стыке менеджмента и маркетинга внесло смятение в умы как теоретиков, так и практиков бизнеса.

На самом деле никто не знает происхождения бенчмаркинга (сравнения с целью установления эталона). Легко представить себе, как Адам сравнивает яблоко, данное Евой, с другими яблоками на дереве, чтобы удостовериться, что оно самое большое и красное. Можно убедиться, что понятие бенчмаркинга было известно в Китае еще в IV в. до н.э., прочитав труды Сунь Цзы, автора книги «Искусство войны»¹.

Бенчмарк — это термин, употреблявшийся землемерами в течение сотен лет. Землемеры пользовались «бенчмарками» — исходными отметками для начала отсчета расстояний — в качестве отправных точек отсчета, положение которых было определено раньше и которые использовались для определения границ участков.

Много веков назад ремесленники сравнивали свои изделия с достижениями других, а новички учились на шедеврах мастеров.

История показывает, что страны, готовящиеся занять место лидера в мировой экономике, много за-

имствуют у тех, кто был их предшественником на лидирующей позиции. В древние времена процесс копирования или поглощения опыта других стран происходил либо в результате войн, либо через торговлю. Европейцы скопировали множество идей и технических приспособлений, появившихся сначала в странах Азии (порох, магнитный компас, бумажные деньги и т.д.).

Великобритания в восемнадцатом веке заимствовала много идей у голландцев, опираясь на их опыт создания торговой капиталистической модели хозяйствования. США, соперничая с Англией в девятнадцатом веке, активно копировали опыт европейских стран, особенно английский. Текстильные фабрики США нанимали мастеров, которые работали на британских текстильных фабриках, чтобы они могли копировать имевшиеся там идеи и оборудование. Процесс заимствования зарубежного опыта не остановился и после того, как США заняли лидирующие позиции.

В послевоенный период уже Япония заимствовала много идей в США (например, транзисторы, цветные телевизоры, видеомагнитофоны). Японские компании, как и другие заимствователи, не просто копировали идеи лидеров-изобретателей: они приспособивали их к своим особенностям, совершенствовали, а также, что особенно важно, быстрее реализовывали эти идеи на рынке.

Именно японцы и считаются родоначальниками бенчмаркинга как особого вида перенятия опыта. Они не только покупатели лицензии на изобретения, которые не могли быть коммерчески освоены самими изобретателями, но и посещали американские компании, выывая, за счет чего добиваются успеха лидирующие предприятия. Например, еще в 1950-е гг. японская фирма Toyota стала использовать систему управления запасами деталей автомашин, заимствованную из системы пополнения запасов американских супермаркетов.

Проводя бенчмаркинг всех лучших организаций, впервые при этом обследовании упор делался не на продукт, а на процесс. Японцы не называли это бенчмаркингом; они называли это «индустриальными турами». Но принцип был тот же.

1. Изучение опубликованных данных для определения наилучшего варианта.
2. Установление контакта с лучшими компаниями и договоренность о посещении.
3. Посещение наилучших компаний и тщательный выбор относящихся к делу данных.
4. Применение полученных уроков в японских организациях (или адаптация их) с целью получения конкурентных преимуществ.

Сегодня в Японии бенчмаркинг впал в немилость. Почему? Потому что японцы применяют бенчмаркинг для установления лучших практик и адаптации их к условиям своих предприятий. Большинство японских организаций чувствует, что копирование продуктов, процессов или процедур у других организаций обеспечивает «сползание» назад, к уровню этих организаций, из-за потерь времени, которое требуется для осуществления решения о будущем состоянии. Такого же мнения придерживаются некоторые современные писатели-практики Запада. Так, например, Йонас Риддерстрале и Къелла Нордстрем в своей книге «Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества», указали, что, пользуясь бенчмаркингом и лучшими методами, вы станете всего лишь одним из многих.

В западном предпринимательстве бенчмаркинг впервые появился в 1972 г. для оценки эффективности бизнеса институтом стратегического планирования в Кембридже (США). Тогда исследовательской и консалтинговой организацией PIMS было установлено, что для того, чтобы найти эффективное решение в области конкуренции, необходимо знать лучший опыт других предприятий, которые имеют успех в похожих условиях.

Бенчмаркинг впервые был использован корпорацией Хегох в 1979 году в целях преодоления рыночных проблем, обусловленных катастрофически быстро уменьшающейся долей рынка корпорации. У корпорации не было выбора. Конкуренты предложили потребителям аналогичные по качеству товары по более низким ценам. Решение проблемы было найдено немедленно: для определения причин создавшейся ситуации провели сравнительный анализ товаров конкурентов, выявили и оценили их технические характеристики и на этой основе разработали уникальное рыночное предложение. Воодушевленные полученными результатами, сотрудники корпорации детально изучили опыт японской компании Fuji, адаптация и использование которого привели к успеху и процветанию корпорации Хегох. В настоящее время Хегох по праву является признанным лидером в области использования технологий бенчмаркинга, причем успехов Хегох достиг как в теории, так и в практике бенчмаркинга. Сегодня в США владение и эффективное использование технологий бенчмаркинга — неотъемлемое условие рыночного успеха компании. Его философия используется во многих фирмах, в том числе Kodak, DuPont, Motorola, IBM, Ford Motor, General Electric, Shell. Технология бенчмаркинга активно используется в Интернете для достижения конкурентного преимущества перед сайтами лидерами.

Сам термин «бенчмаркинг» произошел от английского слова benchmark («начало отсчета», «зарубка», «стандарт», «эталон»). В наиболее общем смысле benchmark — это нечто обладающее определенным количеством, качеством и способностью быть использованным как эталон при сравнении с другими предметами.

Менеджер по логистике корпорации Хегох Роберт Кэмп, организатор одного из первых крупных бенчмар-

кинговых проектов, в своей книге «Бенчмаркинг — поиск наилучших промышленных методов, ведущих к высшей эффективности работы» определил процесс бенчмаркинга как «поиск лучших практик, ведущих к наилучшему функционированию». Дэвид Т. Кернз, исполнительный директор компании Хегох Corporation, определяет бенчмаркинг как «непрерывный процесс оценки уровня продукции, услуг и методов работы на основе сравнения с самыми сильными конкурентами или теми компаниями, которые признаны лидерами».

Р. Кэмп подчеркивал, что установление оперативных целей на основе наилучших возможных в отрасли методов является критически важным компонентом успеха любого бизнеса. Бенчмаркинг особенно полезен при постановке задачи непрерывного самосовершенствования, поскольку он позволяет компании преодолеть устоявшиеся тенденции повышения качества, производительности труда, объемы выпуска на один и тот же процент в год. Такое постепенное, равномерное развитие иногда может закреплять и увеличивать разрыв между анализируемой компанией и лидерами, которые начали свое развитие раньше.

Уотсон утверждал, что бенчмаркинг — это эволюционирующая концепция, которая с 40-х годов прошлого века развивалась в более сложные формы, которые условно можно отнести к пяти эволюционным модулям-поколениям.

Первым модулем бенчмаркинга, или товарным бенчмаркингом, можно считать ретроспективный анализ продукта, то есть закупку товаров и услуг конкурирующих предприятий с целью создания их аналогов.

Второй модуль — бенчмаркинг конкурентоспособности получил развитие в 1976 — 1986 гг. благодаря деятельности фирмы «Ксерокс», которая сделала шаг от конкурентного анализа к конкурентному бенчмаркингу, чтобы проанализировать издержки своих подразделений в сравнении с другими компаниями. Бенчмаркинг включал сравнение процессов предприятия с аналогичными у конкурентов. Но хотя такой метод помогает выяснить производительность конкурентов, он не раскрывает возможностей преемственности их.

Третий модуль развивается в конце 80-х — начале 1990-х гг. Идея третьего поколения (бенчмаркинг процесса, функциональный бенчмаркинг, общий бенчмаркинг) состояла в том, что учиться можно было у предприятий, которые не принадлежат к той же отрасли, что и бенчмаркер. Это в то же время позволяло без особых ограничений собирать информацию в силу отсутствия конкуренции между партнерами. Но такой подход требовал более глубокого понимания процессов и поиска сходства там, где, на первый взгляд, его не было. Он требовал широкой концептуализации и глубокого понимания процесса. Серьезным недостатком было то, что при адаптации практики в ином окружении она могла оказаться несовместимой с новым контекстом.

Четвертый модуль, стратегический бенчмаркинг, который включал систематический процесс оценки возможностей применения стратегий и улучшения хозяйственной деятельности посредством исследования и адаптации успешных стратегий внешних партнеров. Это форма бенчмаркинга рассматривается как часть общего процесса принятия решений с четкой нацеленностью на совершенствование организации.

Пятый модуль — глобальный бенчмаркинг рассматривается как будущий инструмент организации международных обменов с учетом культурных и национальных особенностей. Глобальный бенчмаркинг

заключается в сравнении организаций в глобальной перспективе, в которой географическое местоположение выходит за рамки одной страны.

В зависимости от объекта исследования различают целый ряд видов бенчмаркинга. Основными являются следующие три:

1. Внутренний — бенчмаркинг, осуществляемый внутри организации, в рамках которого сопоставляются характеристики и схожие бизнес-процессы внутрифирменных производственных единиц; анализ превосходства внутри организации, например, между отделами, подразделениями или товарными группами.

2. Внешний бенчмаркинг, или бенчмаркинг конкурентоспособности — изменение характеристик предприятия и сопоставление их с характеристиками конкурентов; исследования специфических продуктов, возможностей процесса или административных методов предприятий-конкурентов.

3. Функциональный — бенчмаркинг, который сравнивает похожие процессы функции или процессы в различных отраслях.

Кроме того, можно отдельно выделить:

— бенчмаркинг процесса — деятельность по изменению определенных показателей и функциональности для их сопоставления с предприятиями, характеристика которых является современной в аналогичных процессах;

— стратегический бенчмаркинг — сравнение стратегий бенчмаркинга;

— ассоциативный — бенчмаркинг, проводимый организациями, состоящими в узком бенчмаркинговом альянсе;

— глобальный — расширение стратегического бенчмаркинга, которое включает также ассоциативный бенчмаркинг;

— общий бенчмаркинг — бенчмаркинг процесса, который сравнивает определенную функцию двух или более организаций независимо от сектора.

Бенчмаркинг дает возможность устанавливать более амбициозные², но все же реалистичные цели работы предприятия путем анализа эталонов, характеризующих лучшие методы ведения бизнеса, и сравнения критически важных элементов функционирования своего предприятия с этими эталонами. Этот подход имеет особые преимущества при совершенствовании вспомогательных процессов, поскольку здесь эталоном для сравнения могут быть выбраны и прямые конкуренты, и предприятия, относящиеся к другим отраслям, так как вспомогательные процессы зачастую имеют сходство вне зависимости от отраслевой принадлежности.

Бенчмаркинг, то есть сравнение с другими предприятиями или другими подразделениями и перенятие опыта у тех, кто лучше в функциях или процессах, нуждающихся в изменениях, является хорошим способом стимулирования преобразований на предприятиях. В противоположность обычным темпам непрерывного повышения качества на 10–20% в год, приращение бенчмаркинга может гарантировать прогресс в размере до 2000% всего лишь за восемь месяцев. Процедура бенчмаркинга снизить себестоимость товаров/услуг, продолжительность цикла и частоту ошибок в среднем на величину от 20% до 60%.

С помощью бенчмаркинга можно исследовать многие области, которые влияют на конкурентоспособность предприятия, например процесс заказа, цепочку разработки товара от зарождения концепции до коммерциализации и целый ряд административных процедур.

Цель бенчмаркинга заключается в повышении общей конкурентоспособности предприятия за счет поиска, адаптации и использования лучших из применяемых методов организации бизнес-процессов. На основе бенчмаркингового исследования можно надежно установить вероятность успеха предпринимательства.

В рамках бенчмаркинга могут решаться следующие задачи:

— ориентация предприятия на внешнюю среду для постоянного поиска новых возможностей и противостояния потенциальным угрозам;

— определение конкурентоспособности компании и ее слабых сторон;

— осознание необходимости изменений;

— планирование и целеполагание на основе оценки условий внешней среды;

— содействие постановке «протяженных» целевых показателей качества работы, значительно превосходящих текущие;

— отбор идей по кардинальному улучшению бизнес-процессов;

— повышение эффективности функционирования;

— изменение организационной культуры в сторону стремления к развитию, повышению квалификации, компетентности.

Современный бенчмаркинг ориентирован не только на изменение в лучшую сторону собственного потенциала организации, через взаимодействие, он также позволяет изменять к лучшему ее внешнюю среду, развивая потенциал ее партнеров.

В России отдельные положения и аспекты бенчмаркинга начали пропагандироваться с 1996 г. в работах Г. Л. Багнева, А. К. Казанцева, И. А. Аренкова. В последние годы по данной проблеме стали публиковаться переводы трудов зарубежных ученых и практиков, появляются оригинальные разработки российских исследователей.

В качестве положительного примера можно привести маркетинговые проекты таких ведущих компаний, как РНК «Лукойл», РАО «ЕЭС России», Газпром, Юкос, АвтоЗИЛ.

Использование системы бенчмаркинга в российском бизнесе позволяет за счет оценки передового опыта ведущих фирм и компаний совершенствовать собственные характеристики, внедрять инновационные технологии, создавать ценности в работе с клиентами, повышать культуру предпринимательства.

Эффективный бенчмаркинг — это бенчмаркинг со своей самобытной философией, дополненный не менее самобытной философией культуры. Как социальное явление экономическая культура общества не только представляет собой синтез прошлого и настоящего экономического опыта поколений, но и включает перспективные потребности и цели будущего развития. Формирование и развитие экономической культуры общества можно обеспечить, используя действенный инструмент маркетинга, то есть бенчмаркинг³.

Идея культуры, как показывают многочисленные исследования, возникла намного столетий раньше, чем появился сам термин «культура». В самом общем виде «идея культуры» была сформулирована еще в V веке до н.э. софистами Протагором, Антифонтом, Гиппием и другими, которые первыми из философов стали говорить о том, что наряду с миром природы существует и мир, созданный волей, разумом и руками человека.

Культура — исключительно многообразное понятие. Этот научный термин появился в Древнем Риме.

Первым его начал употреблять Марк Тулий Цицерон, вошедший в историю как непревзойденный ритор, чьи речи и до сегодняшнего дня считаются образцами ораторского искусства.

Философы по-разному определяли сущность культуры. Так, например, культура, по мнению Шпенглера, — это выражение «коллективной души народа» на фоне определенного ландшафта. Культура стремится выразить себя в художественных, языковых, философских, политических формах, в человеческих верованиях, архитектуре, социальных учреждениях.

Культура для Ф. Бэкона не только и не столько результат «возделывания души», как считали древние греки и римляне, а финал деятельности по покорению сил природы, подчинению ее воле и интеллекту действующего индивида, опирающегося на мощь техники и данные опытной науки. С его точки зрения, только практическое применение объема накопленных знаний позволяют судить об уровне развития культуры.

По Бэкону, культура проявляется во всех сферах жизнедеятельности человека, а главными ее элементами являются наука и искусство (как всякое практическое умение по овладению силами природы и ее преобразованию). Искусство — суть квинтэссенция культуры.

Культура, по Гердеру, не дается божественным откровением, а создается в процессе человеческой практики, преобразования природного и социального мира. Культура — это результат человеческой деятельности на протяжении всей истории его существования. Но не только результат. Культура одновременно является и процессом.

Анализируя понятие культуры, основоположники марксизма-ленинизма видели ее источник в общественном труде. Под культурой в широком смысле слова понималась вся совокупность материальных и духовных ценностей, без которых человек не может жить и развиваться как социальный субъект.

Многие советские ученые подразумевали под культурой определенный уровень образования, то есть накопленные знания, сведения и представления, который необходимо уметь применять на практике, проявляя при этом высокую сознательность, хозяйственность, организованность, дисциплинированность, бережливость. Так, например, Ж. Т. Тощенко писал, что «экономическая культура представляет собой органическое единство знаний, убежденности и творческой практической деятельности, а также результаты этой деятельности, которые создаются людьми в ходе развития общества».

В современном мире под «культурой» обычно понимается сложный, трудный и многообразный способ человеческой деятельности, человеческих отношений, всего социального бытия людей. Любая сфера человеческой деятельности может быть охарактеризована с точки зрения ее культурной значимости и ценности для человека и его бытия. Диапазон значений культуры поистине безграничен. Чаще всего культура осмысливается через категорию «деятельность» с подчиненными ей понятиями: субъект, объект, отношения и т.д. В этом смысле речь может идти о «культуре быта», «культуре производства», «профессиональной культуре», «культуре управления» и т.п.

Культура — социально-прогрессивная творческая деятельность человека во всех сферах бытия и сознания, являющаяся диалектическим единством процессов опредмечивания (создания ценностей, норм,

знаковых систем и т.д.) и распределчивания (освоение культурного наследия), направленная на преобразование действительности, на превращение богатства человеческой истории во внутреннее богатство личности, на всемерное выявление и развитие сущностных сил человека.

В настоящее время экономическая культура — это система ценностей и побуждений хозяйственной деятельности, уважительное отношение к любой форме собственности и коммерческому успеху как к большому социальному достижению, успеху, неприятие настроений «уровниловки», создание и развитие социальной среды для предпринимательства и т.п.

Экономическая культура включает в свой состав культуру производства, культуру распределения, культуру обмена, культуру потребления, культуру управления, культуру труда. Когда предприятие выпускает бракованную продукцию, говорят о низкой культуре производства. Когда договаривающиеся стороны не сдерживают слово, подводят друг друга при заключении и реализации сделки, это говорит о низкой культуре обмена. Когда интересы потребителя в обществе игнорируют, когда покупатель не может вернуть или обменять в магазине некачественный товар или когда хамят продавцы, речь идет о низкой культуре потребления.

Низкая культура управления проявляется в недоразумности законодательных актов, принимаемых парламентом, отсутствии подготовленных практических решений, принимаемых правительством и аппаратом президента, в бездействии системы контроля за принимаемыми решениями. Авторитарный стиль руководства, пренебрежительное обращение начальников с подчиненными входит в число показателей низкой управленческой культуры на отдельном предприятии¹.

В социологии менеджмента существует понятие организационной культуры. Она включает совокупность обычаев, традиций, норм и правил поведения, сложившихся в данной организации. Руководитель как должностное лицо обязан следить за распределением заданий, организацией труда и трудовой дисциплины, правильным и своевременным выполнением приказов, повышением производительности труда и т.д. Однако подчиненные, имея другие интересы, часто не совпадающие с интересами организации, оказывают возмущающее воздействие на реализацию решений. В результате приказы администрации искажаются. Возникает скрытое и явное сопротивление.

Таким образом, управленческая культура, т.е. особенности поведения руководителей, выступает элементом более широкого понятия организационной культуры, куда можно включить также культуру труда, если понимать под ней совокупность норм и правил поведения исполнителей. С организационной культурой тесно связана профессиональная, которую можно рассматривать самостоятельно либо как часть первой.

Степень принятия членами организационного сообщества культурных образцов в значительной мере определяет устойчивость, динамизм организации и, в конечном счете, ее успех.

Примечания

¹ Сунь Цзы писал: «Если вы знаете врага и знаете себя, то ваша победа не подлежит сомнению».

² Ярким примером амбициозности является Макс Планк, пионер математической логики.

³ Дарел Холл (Darel Hall), менеджер по транспортировке и планированию в АТЕ'T's MMS-Отдела, заявил: «АТЕ'T занялась бенчмаркингом по вполне здоровой причине — мы хотим улучшить наш бизнес и культуру».

⁴ В. И. Ленин отмечал: «Главное, чего нам не хватает, — культуры, умения управлять...».

Библиографический список

1. Космина Е.А., Метелев С.Е., Космин А.Д. Культурный капитал общества в реальном материале функционирующей организации. М.: «Экономика», 2006.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2006 — 736 с.
3. Benchmark study of small to mid-sized community economic development organizations. P.O. Box — 2004.
4. Gay, W. Benchmarking: A method for achieving superior performance in fire and emergency medical services. Herndon, Va: Public Management Group, 1992.
5. Massimiliano Marcellino. A benchmark for models of growth and inflation.

6. Р. Самедов, Л. Гумматович. Сущность и содержание понятия «экономическая культура» // Вопросы культурологии, 2006, № 5. — с. 13-16.

7. А. Сусоколов. Экономическая культура российского общества в XX в. // Вопросы культурологии, 2006, № 4. — с. 60-69.

8. А. Сусоколов. Экономическая культура российского общества в XX в. // Вопросы культурологии, 2006 № 5. — с. 39-43.

9. Экономика культуры: учебник — М.: Изд-во «СЛОВО», 2005 — 608 с.

КОСМИНА Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент Омского филиала Академии бюджета и казначейства.

НИЯЗОВА Гульнара Альфредовна, аспирант кафедры «Менеджмент» Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии.

Статья поступила в редакцию 25.10.07 г.

© Е. А. Космина, Г. А. Ниязова

УДК 631.15:338.43

Г. К. КАБДУЛЛИНА

Кокшетауский университет,
Республика Казахстан

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АПК СЕВЕРНОГО КАЗАХСТАНА

Основными направлениями социально-экономического развития АПК Северного Казахстана являются: научно-технический прогресс и инновационная деятельность, повышение доходности сельского хозяйства, развитие интеграционных процессов, совершенствование экономических отношений на внутреннем и внешнем рынках, а также повышение качества производимой продукции.

Социально-экономические преобразования в стране, в том числе в аграрном секторе, начавшиеся 15 лет назад, сегодня не привели, как показывают исследования, к устойчивому развитию АПК, позволяющему соединить рост экономики и повышение степени удовлетворения потребностей населения с экологическими требованиями в единую систему. Центральное место в этом определении отводится повышению уровня производства продовольствия. Именно на этой основе возможно достижение продовольственной безопасности страны на современном этапе развития. Поэтому, интенсивно развивая мировые рынки продовольствия, ведущие страны мира в то же время поддерживают высокий уровень самообеспечения: США и Франция — более 100%, Германия — 93%, Италия — 78%, даже бедная плодородными почвами Япония — 40%.

Причины, которые не позволили достичь устойчивого роста, следующие.

Во-первых, при переходе к рынку, что было вызвано объективными условиями и мировыми тенден-

циями, наша страна не только не воспользовалась преимуществами, которыми обладают рыночные отношения, но и в результате непродуманной аграрной политики произошло резкое падение основных показателей производственного потенциала: земли, основных фондов, трудовых ресурсов.

Во-вторых, в результате ухода государства от ответственности за экономику в аграрном секторе и созданных неблагоприятных макроэкономических условий произошел разрыв эквивалентных отношений между сельским хозяйством и другими отраслями экономики, что лишило основную массу сельскохозяйственных товаропроизводителей ресурсов не только для расширенного, но и простого воспроизводства.

Исследования показали, что в годы реформ из сельского хозяйства через систему цен изымалось до 10–15 % созданной в нем продукции, что позволило решить проблему конкурентоспособности отечественной пищевой промышленности на внутреннем и внешнем рынках, сдержать падение жизненного

уровня городского населения. Таким образом, сельское хозяйство лишилось возможности быть равным партнером в своих взаимоотношениях с другими отраслями, прежде всего перерабатывающей и поставляющей ему материально-технические ресурсы, а также с кредитно-финансовыми структурами, которые начали диктовать свои монопольные условия, и тем самым еще более усугубили его экономическое положение.

В-третьих, произошло вытеснение сельскохозяйственных товаропроизводителей с отечественного рынка продовольствия, снижение их доли доходов в конечной цене продукта и рост импорта, что негативно сказалось на уровне рентабельности сельского хозяйства.

В-четвертых, в сложившейся ситуации значительная часть хозяйств и сельскохозяйственных организаций обанкротилась, что привело к сокращению выпуска продукции, потере рабочих мест, уходу из села наиболее квалифицированной рабочей силы из-за низких доходов и бедности сельского населения, резкому ухудшению демографической ситуации, исчезновению сел.

В-пятых, происходит нарушение экологических основ ведения сельскохозяйственного производства, что оказывает отрицательное воздействие на здоровье населения, качество сельскохозяйственной продукции, уровень плодородия почвы. Запасы гумуса в пахотном слое ежегодно сокращаются в среднем на 0,5%, водной и ветровой эрозии подвергнуто 27% площадей сельскохозяйственных угодий.

На настоящем этапе основным направлением устойчивого экономического роста в АПК Северного Казахстана являются научно-технический прогресс и инновационная деятельность. В этой связи велика роль науки. Без современных технологий и новой техники не может быть ни расширенного воспроизводства, ни улучшения социальных условий жизни и, таким образом, повышения устойчивости развития всего АПК.

Одним из направлений повышения устойчивого роста сельского хозяйства является повышение его доходности. При низких размерах прибыли становятся недоступными ни субсидированная процентная ставка по кредитам, ни лизинг, ни организация страхования.

На наш взгляд, путей повышения доходов несколько: государственное регулирование цен на агропродовольственном рынке через механизм закупочных интервенций; квотировании импорта; развитие инфраструктуры рынка и таким образом сокращение числа посредников; расширение кооперативных форм взаимоотношений по всей цепи: производство-переработка-торговля с целью обеспечения справедливого распределения конечной цены на продукцию; демополизация рынка.

Сегодня уже стоит вопрос не столько о местном рынке, сколько о крупных оптовых распределительных сетях, где все большее влияние получают зарубежные компании, продвигая свою продукцию на отечественный продовольственный рынок; совершенствование условий лизинга, среднесрочного и долгосрочного кредитования. Например, мы предлагаем погашение долгосрочного кредита осуществлять лишь с момента ввода основных фондов в действие или предоставлять одно-, двухлетнюю отсрочку.

Развитие интеграционных процессов в АПК Северного Казахстана — необходимое направление повышения устойчивого роста. Пока создаются так называемые формирования агрохолдингового типа.

С одной стороны, это процесс прогрессивный, поскольку в аграрный сектор привлекаются дополнительные частные инвестиции, осваиваются новые технологии и техника. Вместе с тем нельзя не отметить и ряд негативных тенденций: рост числа незанятых в сельской местности; отчуждение работающих от результатов своего труда и распределения доходов; превращение сельских жителей в наемных работников; сельскохозяйственные предприятия не участвуют в распределении прибыли.

Отсутствие ограничений по размерам таких объединений приводит к усилению монополизации в аграрном секторе, а порой к ухудшению использования земельных угодий.

Такая экономическая политика вернула многие хозяйства в исходную позицию, в которой они находились до вступления в агрохолдинги, т.е. к неплатежеспособности. Это дискредитирует интеграционный процесс, поскольку отдельные инвесторы за бесценок скупают продукцию и перепродают ее по более высоким ценам, при этом, сокращая инвестиции на развитие производства, а многие из них уклоняются от решения проблем развития социальной сферы села. В результате возникает антагонизм интересов управляющих компаний агрохолдингов и администраций сельских территорий.

На наш взгляд, необходимо глубоко проанализировать происходящий процесс, с тем чтобы выработать рекомендации, которые позволили бы не допустить обезземеливания крестьян, усиления социальной несправедливости в деревне. Поэтому выход видится в опережающем развитии кооперационных процессов, охватывающих не только малое предпринимательство, но и кооперации, которые должны стать альтернативой монополизации производства и рынка крупными агропромышленными формированиями и финансовыми структурами.

Другое направление обеспечения устойчивого роста АПК Северного Казахстана — совершенствование экономических отношений на внутреннем и внешнем рынках и развитие инфраструктуры. Это необходимо потому, что, во-первых, рынок нацелен на полное удовлетворение потребностей пока ограниченного круга населения. Значительная часть людей из-за низкого платежеспособного спроса не могут пользоваться всеми благами рынка. Во-вторых, государство все больше теряет оптовое звено торговли. В-третьих, на аграрном рынке проявляются теневые отношения, что часто приводит к негативным последствиям. Роль государства — предупреждать и исправлять ошибки рынка всем арсеналом доступных ему экономических инструментов. При отсутствии государственной власти пустующее место занимают монопольные, спекулятивные и криминальные группировки, регулирующие цены в своекорыстных интересах. Это показали многочисленные опросы участников рынка. Почти половина респондентов указывает на влияние на них теневых структур. Нужна система мер, направленная прежде всего на ограничение монополизации, повышение роли союзов и ассоциаций, в которых основное место должен занимать непосредственно сельскохозяйственный товаропроизводитель.

Положительный результат от экономических преобразований в стране возможен лишь в том случае, если они социально ориентированы. К сожалению, только сейчас власть начала осознавать необходимость именно такого подхода. Однако время потеряно, некоторые негативные социальные процессы стали носить необратимый характер. Главная проб-

лема в этой области сегодня — низкая общественная оценка сельскохозяйственного труда, которая не только материально, но и морально ущемляет сельского труженика.

Среди наиболее важных факторов сельской бедности — недостаточный уровень занятости экономически активного населения, что во многом связано со слабым развитием альтернативных видов деятельности.

Сегодня социально-экономическое положение человека — производителя продовольствия находится в противоречии с требованиями реформируемого аграрного производства к работнику. Необходимым условием для этого является законодательное закрепление, и программное обеспечение приоритетности развития села и сближения условий жизни в городе и деревне.

Не следует забывать, что на современном этапе развития мировой экономики за счет использования модели инновационного развития обеспечивается две трети прироста сельскохозяйственной продукции. Поэтому комплексные меры по восстановлению и развитию агропромышленного производства должны улучшить положение сельскохозяйственных товаропроизводителей, определить по справедливости его место в экономике страны, обеспечить достаточный уровень питания всех слоев населения.

Используя аграрную науку, необходимо находить способы и методы более активного влияния на принятие решений региональными органами власти в сфере аграрного производства. Только корпоративный союз власти, научно-производственного потенциала АПК и агробизнеса создаст наиболее мультипликативный эффект динамичного развития не только аграрного сектора экономики, но и всей страны, так как создание одного места в аграрном секторе обеспечивает создание шести мест в других секторах при ориентировании на собственную промышленность [1].

В условиях рыночной экономики выживаемости любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности, которая в значительной степени зависит от качества продукции. Качество как экономическая категория — это общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях потребления той совокупности свойств, которые явно выражены или потенциально заложены в товаре.

Формирование и обеспечение высокого качества продукции в АПК Северного Казахстана имеют ряд особенностей: качество продукции должно соответствовать требованиям безопасности питания и здравоохранения; сезонный характер производства в отрасли, зависимость качества продукции от погодных и других природных условий (засухи, эпидемии, нашествия вредителей растений и т.д.). Рассредоточенность сельскохозяйственного производства затрудняет организацию контроля и оперативное управление качеством. Кроме того, условия производства связаны с социально-демографической и экономической ситуацией в регионе. Для сельского хозяйства характерны низкая техническая оснащенность и слабое применение информационных технологий, методов контроля. Качество сельскохозяйственных товаров зависит как от условий производства продукции, так и от ее хранения и переработки.

Управление качеством — действия, осуществляемые при создании или потреблении продукции, для установления, обеспечения и поддержания необходи-

мого уровня ее качества. Сущность всякого управления заключается в выработке управленческих решений и последующей их реализации. При управлении качеством продукции непосредственными объектами управления, как правило, являются технологические процессы (обработка почвы, посев, уход за растениями и т.д.), от которых зависит качество продукции.

В новых экономических условиях решение проблемы качества продукции во многом будет зависеть от организации и технологии стандартизации.

Стандарты, используемые в сельском хозяйстве, условно разделяются на следующие группы: стандарты на сельскохозяйственную продукцию, устанавливающие требования к ее качеству, порядок сдачи заготовительным и реализующим организациям; стандарты на продукцию, поступающую в сельскохозяйственное производство (удобрения, техника, материалы и т.п.); технические стандарты — стандарты на типовую технологию механизированного возделывания, уборки товарной обработки, упаковки, транспортирования и хранения сельскохозяйственной продукции.

Требования к качеству на международном уровне определены стандартами ИСО серии 9000. Стандарты вторглись непосредственно в производственные процессы, сферу управления, были установлены четкие требования к системам обеспечения качества. Стандарты ИСО 9000 установили единый международный подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями.

Выработка управленческих решений производится на основании сопоставления информации о фактическом состоянии технического процесса с его характеристиками, предусмотренными нормативной документацией (стандартами, техническими условиями, производственными заданиями и др.). Успешная деятельность предприятия должна обеспечивать производство продукции, которая отвечает определенным потребностям, удовлетворяет требования потребителя, соответствует применяемым стандартам и техническим условиям и направлена на получение прибыли.

Качество продукции сельскохозяйственного предприятия формируется при участии и под влиянием множества факторов: производственных ресурсов (земельных, материальных и трудовых), сортовых особенностей возделываемых культур и породного состава скота и птицы, системы удобрений, орошения, качества выполненных работ, сроков и способов уборки, предшественника и т.д. Все это необходимо учитывать при производстве высококачественной сельскохозяйственной продукции.

Между качеством продукции и качеством производственных ресурсов существует большая зависимость. Почва — основная среда развития и питания растений. От ее качества зависит не только урожайность, но и качество сельскохозяйственной продукции. Практика свидетельствует о том, что многие виды продукции выращенной на плодородной почве, обладают повышенным качеством. Так, картофель наиболее высокого качества с хорошей лежкостью получают на легких по гранулометрическому составу почвах.

Более высокие качественные характеристики основных и материальных оборотных средств непосредственно способствуют получению продукции лучшего качества. Например, использование семян высоких посевных качеств позволяет повысить не только урожайность сельскохозяйственных культур,

но и качество урожая, а на увеличение производства и улучшение качества животноводческой продукции большое влияние оказывают питательные качества кормов. Использование высококачественного сырья позволяет получить больше конечной продукции (сахара, подсолнечного масла и т.д.) Надежная высокопроизводительная техника позволяет своевременно, в оптимальные сроки и качественно провести все агротехнические приемы, а следовательно, и повысить качество продукции.

Система удобрений — один из наиболее действенных факторов, определяющих качество сельскохозяйственной продукции. Для каждого вида растений выявлены оптимальные дозы минеральных удобрений, обеспечивающие максимальные урожаи высококачественной продукции. Внесение удобрений в более высоких дозах не повышает урожайность и снижает качество продукции, при этом в плодах и овощах снижается содержание растворимых сухих веществ, в картофеле — крахмала, повышается поражаемость их болезнями.

Товарные качества продукции зависят от многих других факторов (качества выполненных работ, сроков и способов уборки, предшественника и т.д.). Все это необходимо учитывать при организации производства.

Важный элемент в системе управления качеством — сертификация, под которой понимают совокупность действий с целью подтверждения посредством сертификата соответствия или знака соответствия того, что товар или услуга соответствует определенным стандартам или другим нормативным документам. С помощью сертификации осуществляется конечная оценка качества производимой продукции.

Управление качеством продукции должно осуществляться системно, то есть на предприятии должна функционировать система управления качеством продукции, представляющая организационную структуру. Основные направления — включение в систему управления механизма маркетинговой деятельности, ориентация ее на потребителя и усиление механизма воздействия системы управления качеством на все этапы жизненного цикла продукции. Улучшение качества продукции требует определен-

ных затрат, но они, как правило, окупаются. По данным американских экспертов, затраты на качество многих фирм достигают 20 % от суммы продаж, причем наблюдается их ежегодный рост.

Руководители многих сельскохозяйственных предприятий не уделяют достаточного внимания вопросам повышения качества труда и продукции. Поэтому в крупных сельскохозяйственных предприятиях целесообразно создавать специализированные службы управления качеством, которые должны выполнять следующие функции: разработка политики предприятия в области качества; поддержание качества продукции на уровне, соответствующем требованиям стандартов; информирование специалистов и руководителей подразделений об изменениях действующих требований к качеству; определение методов и периодичности проведения проверок качества продукции; организация контроля технологических процессов; участие в оценке проектных решений; анализ причин производства низкокачественной продукции; разработка мер по сокращению потерь сельскохозяйственной продукции на стадиях производства, хранения, переработки и реализации.

Деятельность по управлению качеством должна осуществляться непрерывно в ходе производства сельскохозяйственной продукции, а также предоставлять самому процессу производства.

Ожидается, что принятые в среднесрочном периоде комплексные меры позволят довести долю производства сельскохозяйственной продукции крупных и средних хозяйств в общем объеме производства до 40 %.

Библиографический список

1. Ушачев И. Агропромышленный сектор: основные направления и проблемы. Экономист, № 5, 2006. - С. 86-93.

КАБДУЛЛИНА Гульмира Кабиденовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит».

Статья поступила в редакцию 01.09.07 г.

© Г. К. Кабадуллина

Книжная полка

Потуданская, В. Ф. Планирование на предприятии [Текст]: учеб. пособие / В. Ф. Потуданская, Л. В. Трункина; ОмГТУ. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. — 59, [1] с. — Библиогр.: с. 59.

В конспекте лекций рассматриваются основные вопросы планирования на предприятии: сущность и функции планирования в управлении; понятие, задачи, основные принципы и методы планирования; плановые расчеты и показатели; система планов предприятия и их взаимосвязь; стратегическое планирование развития предприятия; планирование производства и сбыта продукции; планирование издержек и результатов деятельности предприятия. Особое внимание уделено вопросам финансового планирования и организации планирования на предприятии. Предлагаемое пособие поможет студентам освоить теоретический курс «Планирование на предприятии». Предложены контрольные вопросы и библиографический список к каждой теме.

По вопросам приобретения — (3812) 65-23-69

E-mail: libdirector@omgtu.ru.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

В статье исследованы вопросы формирования механизма управления качеством на предприятиях хлебопекарной отрасли на основе применения комплексного подхода к управлению. Сформулированы предложения по проектированию системы управления качеством, предложен механизм управления качеством продукции хлебопекарной отрасли Приморского края, разработана комплексная целевая программа повышения качества хлебоулочной продукции.

В настоящее время высокое качество продукции является одним из главных факторов успеха предприятий пищевых отраслей, обеспечения их конкурентоспособности и экономической эффективности. Высокий уровень качества российских товаров должен стать условием выхода страны на мировой рынок, ее присоединения к ведущим международным организациям. Выполнение российскими производителями требований международных стандартов к качеству продукции и управлению им позволит компаниям стать равноправными партнерами в мировом товарообороте.

Действующие в настоящее время методические, нормативные документы и рекомендации не разрешают всех организационно-экономических проблем развития хлебопекарной отрасли в соответствии с ее спецификой, сложившимися производственными отношениями и особенностями формирования качественного рынка хлебоулочной продукции. Многочисленные публикации по данной проблематике отражают лишь отдельные аспекты организации и развития отраслей хлебоулочного производства [1, 2, 3], недостаточное внимание уделено реализации системного, комплексного подхода в современных условиях. А высокий уровень качества хлебоулочной продукции невозможно обеспечить ценой единичных, разовых усилий отдельных исполнителей, подразделений, руководителей. В данной отрасли необходим системный, комплексный подход к решению проблем качества, который на практике доказал свои преимущества. Важным условием его реализации является наличие адекватного механизма действия системы управления качеством.

Поэтому исследование данной проблемы и выработка практических рекомендаций по разработке и обоснованию организационно-экономического механизма управления качеством хлебоулочной продукции отвечают современным требованиям науки и практики.

Целью настоящего исследования явилась разработка методических подходов и рекомендаций по повышению качества хлебоулочной продукции на основе системного подхода к формированию организационно-экономического механизма управления качеством, обеспечивающего эффективность принимаемых мер.

В соответствии с целью исследования анализ качества хлебоулочной продукции проводился автором по данным двух основных предприятий хлебопекарной промышленности Приморского края: ОАО «Владхлеб» и ООО «Хлебный дом», занимающих порядка 81 % всего производства хлеба и хлебоулочных изделий в г. Владивостоке и около 30 % краевого производства (по состоянию на конец 2005 г.), в то время как доли предприятий других городов, работающих в данной отрасли, составляют не более 10 % краевого производства [4].

В качестве методологической основы исследования выступили методы анализа достигнутого уровня качества и инструменты управления качеством, а также принципы системного подхода к формированию организационно-экономического механизма управления качеством продукции. Теоретической и практической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам управления и повышения качества хлебоулочной продукции, нормативные документы по изучаемой проблеме, а также информационно-статистические данные исследуемых предприятий (акты на брак за 2001 – 2005 гг., объемы реализации хлебоулочной продукции за тот же период, нормативно-техническая документация по вопросам контроля и регулирования производства хлебоулочных изделий, данные анкетирования работников по вопросам практики управления качеством на исследуемых предприятиях), собранные и проанализированные автором в ноябре 2005 г. – январе 2006 г.

Анализ экономических показателей и общего уровня дефектности продукции исследуемых пред-

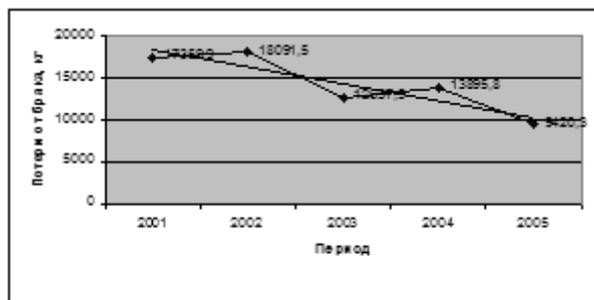


Рис. 1. Динамика потерь от брака хлебобулочной продукции за 2001–2005 гг.

приятый свидетельствует о том, что в целом уровень дефектности в объеме реализации невелик, но при этом он не имеет однозначной тенденции к снижению (это видно из графика на рис. 1). Построенная линия тренда к графику потерь от брака указывает на снижение уровня потерь в динамике. Однако сама ломаная прямая потерь носит скачкообразный характер.

Для выявления причин, оказывающих влияние на динамику уровня дефектности, автором был проведен анализ влияния различных факторов на качество хлебобулочной продукции и частоту появления дефектов.

Из всех факторов, влияющих на качество хлебобулочной продукции, были выявлены следующие основные: уровень материально-технической базы, качество труда работников, уровень организации производства, качество сырья и уровень контроля качества. Исследования показали, что существуют определенные проблемы в этой области, а именно необходимость повышения уровня прогрессивности материально-технической базы, улучшения технической готовности технологического оборудования, инструментов, повышения качества труда работников и более эффективного стимулирования их за высококачественное выполнение работ. Необходимо усиление контроля качества сырья, материалов, технологии производства и обеспечение всестороннего контроля качества продукции на каждом этапе производственного процесса [5].

Проведенный анализ факторов позволил выявить следующие закономерности управления качеством, представляющие устойчивые, систематически повторяющиеся причинно-следственные связи между явлениями [6].

1. Соответствие качества продукции техническому уровню производства и состоянию материально-технической базы. Совершенствование качества продукции тесно взаимосвязано с повышением технического уровня производства, модернизацией оборудования, внедрением новых технологий и укреплением материально-технической базы в целом.

2. Зависимость качества продукции от уровня организации производства и связанного с ним качества выполнения работ. В настоящее время данный фактор играет столь же существенную роль, что и технический. Чем лучше и эффективнее организован технологический процесс, обеспечена его бесперебойность, тем выше будет качество выполнения работ и меньше дефектов и брака на предприятии.

3. Обеспечение непрерывности и комплексности контроля качества во всех направлениях — входной контроль сырья, контроль хода технологического процесса производства, контроль готовой продукции, контроль обращения продукции после выпуска ее из производства. Чем выше частота и комплексность контроля, тем выше качество продукции [5].

Указанные закономерности следует учитывать при формировании общей методологии управления качеством и формулировании принципов управления качеством продукции. При этом главным звеном общей методологии управления качеством является система управления, которая строится на основе общих экономических законов и закономерностей управления во взаимосвязи с принципами, методами и закономерностями управления качеством, сформулированными по результатам анализа факторов, влияющих на качество определенной продукции. В свою очередь, модель разработанной системы управления качеством определяет содержание организационно-экономического механизма управления качеством продукции.

Исследования отдельных авторов по данной проблеме показывают, что проектирование и создание систем управления качеством целесообразно осуществлять в 5 этапов [7]:

- 1) анализ достигнутого уровня качества продукции и управления им;
- 2) определение целей и задач управления качеством;
- 3) выявление функций управления качеством;
- 4) проектирование систем управления качеством;
- 5) формирование организационно-экономического механизма действия системы управления качеством.

В целом автор согласен с указанными выше этапами проектирования систем управления качеством и формирования организационно-экономического механизма управления им. Необходимо лишь уточнить, что на третьем этапе помимо выделения из общей системы управления производством функций, касающихся управления качеством, важное значение имеет идентификация бизнес-процессов, относящихся к системе управления качеством. Данный подэтап играет важную роль в реализации принципа процессного и системного подходов, в соответствии с которыми организация должна определить процессы, необходимые для создания ценностей, оценить их взаимосвязи, обеспечить управление ими. Выделение бизнес-процессов важно еще и потому, что они обеспечивают взаимосвязь функций управления с этапами жизненного цикла продукции, а также способствуют созданию необходимых условий для осуществления эффективного управления качеством посредством приобщения к ним определенных функций управления производством.

Также важно заметить, что системы управления качеством обладают специфическими особенностями, которые отличают их от других систем управления, так как они создаются не для выполнения отдельных функций управления, а для решения комплекса задач, связанных с выполнением контрольно-аналитических, социально-экономических, правовых и других функций управления качеством. Поэтому в управлении качеством важен комплексный подход, охватывающий не только функции управления качеством, но и межфункциональные проблемы, связанные с качеством технической документации, планированием, материальным и моральным стимулированием, правовым регулированием качества и т.д.

В связи с этим совершенствование управления качеством должно осуществляться по пути использования систем комплексного управления качеством продукции, функционирующих в соответствии с комплексными целевыми программами управления, составленными для решения определенных проблем, и ориентированных на современные методы и



Рис. 2. Принципиальная схема комплексного подхода к управлению качеством продукции

принципы управления качеством. Такие системы призваны комплексно воздействовать на все элементы и факторы, влияющие на качество продукции, быть гибкими при перестройке для решения различных задач и устойчивыми к воздействию помех в управлении и обеспечивать тесную взаимосвязь требований к качеству продукции со всей производственно-хозяйственной деятельностью предприятия [7]. На основе изложенного, предлагается использовать следующую модель системы комплексного управления качеством хлебобулочной продукции, ориентированную на объекты управления и бизнес-процессы, что соответствует современной парадигме управления (рис. 2).

Предлагаемая схема комплексного подхода к управлению качеством хлебобулочной продукции предполагает выделение пяти системообразующих элементов.

1. Основными функциями управления качеством являются: планирование и стимулирование качества; учет и анализ качества; оценка качества продукции; контроль качества; регулирование качества продукции.

2. В качестве уровней управления в исследуемой отрасли рассматриваются: рабочее место; участок; цех; предприятие; группа предприятий (корпорация); регион (отрасль).

3. Факторы, определяющие качество, выступают объектом управления и выявляются на основе анализа уровня дефектности и причин брака. На исследуемых предприятиях хлебопекарной отрасли выделены следующие основные факторы, влияющие на качество продукции, требующие первоочередного регулирования: уровень материально-технической базы; качество труда работников; уровень организации производства; качество сырья; уровень контроля качества.

4. Бизнес-процессы являются важным системообразующим элементом, отражающим процессный подход к управлению качеством. Как отмечалось ранее, для его реализации необходимо деление бизнес-процессов на:

- основные (базовые) — в соответствии с этапами жизненного цикла продукции;
- вспомогательные (обеспечивающие);
- организационные (процессы управления).

5. Труд, средства труда, предметы труда и технологические процессы в данной схеме рассматриваются в качестве традиционных объектов управления, высокий уровень которых обеспечивает достижение требуемого уровня качества продукции.

Представленная схема комплексного подхода к управлению качеством продукции обеспечивает тесную связь и взаимодействие всех элементов системы на всех уровнях управления и в комплексе охватывает все процессы и объекты управления качеством.

Для приведения в действие и обеспечения стабильного функционирования системы управления качеством необходимо создать механизм действия этой системы, способный воплотить требования экономических законов и закономерностей развития качества в практику управления качеством продукции.

В экономической литературе под *механизмом* понимается совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, их регулирования [8]. Применительно к системному управлению качеством такой механизм рассматривают как совокупность организационных, экономических и правовых компонентов и звеньев, обеспечивающих согласованное функционирование всех элементов системы управления качеством для достижения целей управления [2]. По своему содержанию организационно-экономический механизм управления качеством (ОЭМУК) представляет собой совокупность взаимосвязанных организационных, экономических, административно-правовых и других рычагов и методов целенаправленного воздействия на объект управления для обеспечения надежного функционирования системы управления качеством.

Имеющиеся работы по данному вопросу направлены в основном на проектирование систем управления качеством как совокупности управляющей и управляемой подсистем [3, 9] и не отражают комплексных системных подходов к формированию ОЭМУК. В работах других авторов, формулирующих подходы к формированию механизма управления качеством [2], не отражена взаимосвязь с общей методологией управления качеством продукции. Важный вывод, полученный автором в результате анализа данной литературы, заключается в том, что механизм управления качеством следует рассматривать в неразрывной связи с системой менеджмента качества, в которой данный механизм будет являться центральным звеном. Кроме этого, необходимо добавить, что, в соответствии с [10], организационно-экономический механизм управления нужно рассматривать как целенаправленный процесс решения частных задач функционирования системы управления на основе устойчивой совокупности методов, норм и правил формирования и регулирования отношений элементов организационной структуры. На основе всего вышеиз-

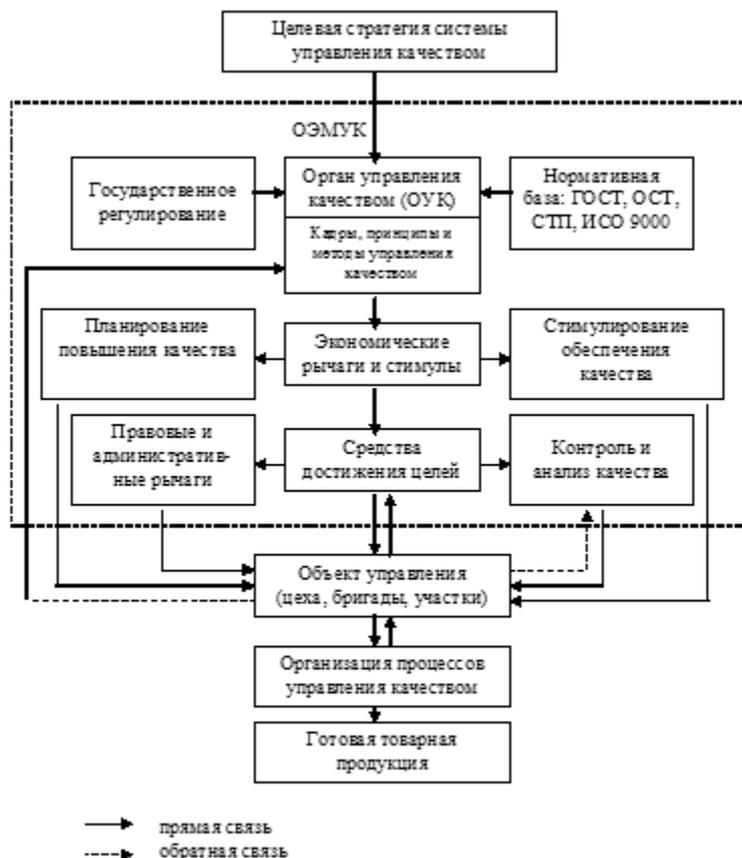


Рис. 3. Схема организационно-экономического механизма управления качеством продукции

ложенного предлагается следующая графическая модель ОЭМУК, разработанная для исследуемых предприятий хлебопекарной отрасли (рис. 3).

В основе данного механизма лежит общая методология управления качеством продукции, предполагающая учет сформулированных закономерностей управления качеством, принципов и методов управления качеством, отражающих специфику хлебопекарной отрасли, и тесно взаимосвязанная с системой управления качеством продукции, модель которой представлена на рис. 2.

Центром механизма управления качеством является орган управления качеством, который осуществляет планирование, контроль, учет качества продукции и другие функции управления им, опираясь на принципы управления качеством, методы контроля и анализа стандартов (ГОСТ, ОСТ, СТП, ИСО 9000) и другой нормативно-технической документации. Важнейшими элементами ОЭМУК являются экономические и правовые рычаги и стимулы, которые воздействуют на объект управления и обеспечивают систематический контроль, учет, анализ и соответствующее регулирование качества. Основу функционирования ОЭМУК составляет нацеленность системы управления на конечные результаты, приемку и сдачу готовой продукции на склад или непосредственно заказчику. Такой ОЭМУК обеспечивает надежное воздействие на систему управления — приведение ее в действие и обеспечение эффективного функционирования по достижению конечных результатов с наименьшими затратами ресурсов.

Основными элементами механизма управления качеством являются специфические принципы управления качеством, методы планирования и стимулирования повышения качества продукции, комплексные

целевые программы и органы управления качеством, обеспечивающие использование экономических законов и закономерностей в практике управления качеством.

Ключевую основу действия механизма управления качеством составляет увязка целей и задач системы управления качеством с методами, средствами достижения целей и управленческими ресурсами, которые являются элементами механизма управления. Такая увязка достигается установлением соответствия общей стратегии деятельности предприятия системе и элементам механизма управления качеством.

В качестве методологической базы системы и механизма управления качеством выступают научно-техническая документация, экономические законы, закономерности управления качеством, принципы, методы управления производственным процессом, а также административные, правовые и экономические рычаги управления и стимулы.

Важнейшим элементом в составе механизма управления качеством является орган управления качеством продукции, которым может быть служба или отдел управления качеством, призванный осуществлять весь комплекс мероприятий по управлению им. Структура служб управления качеством должна формироваться на основе выделения из общей системы управления производством функций, присущих управлению качеством и нацеленных на достижение требуемого уровня качества с минимальными издержками.

Для приведения в действие ОЭМУК и реализации комплексного целевого подхода к управлению качеством предлагается использовать комплексную целевую программу повышения качества хлебоулучшительной продукции, разработанную автором для хлебозавода № 1, входящего в состав ОАО «Владхлеб», в

Комплексная целевая программа повышения качества хлебобулочной продукции

№ цели по дереву целей	Содержание мероприятия по управлению качеством	Сроки		Исполнители	Финансирование	Примечание
		начало	окончание			
1	Обеспечение высокого качества изготовления продукции	01.01.06	30.12.06	СК	Средства предприятия, банковский кредит	СК – служба качества
1.1	Повышение качества сырья, материалов	01.01.06	30.12.06	ОС СБ		ОС СБ – отдел снабжения и сбыта
1.1.1	Повышение качества технологической документации	01.01.06	30.12.06	ОС СБ		
1.1.1.1	Стимулирование входного контроля качества сырья	01.01.06	30.12.06	ОССБ, ОТ и З		ОТ и З – отдел труда и заработной платы
1.1.1.1.1	Определение методов стимулирования входного контроля качества сырья и необходимых на это ресурсов	01.01.06	30.12.06	ОССБ, ПО		ПО – плановый отдел
1.1.2	Улучшение условий хранения и транспортировки сырья	01.01.06	30.12.06	ОС СБ		
1.1.2.1	Стимулирование поставщиков на соблюдение нормативных требований по хранению и транспортированию сырья	01.01.06	30.12.06	ОС СБ		
1.1.2.1.1	Внедрение методики комплексной оценки поставщиков сырья	01.01.06	30.12.06	СК, ОССБ		
...						
КР 1	Обеспечение высокого качества продукции и его постоянного улучшения					КР – конечный результат

которой цели, задачи, средства их достижения и ресурсы тесно увязываются с помощью комплексных целевых программ и их инструментария — дерева целей. Фрагмент комплексной целевой программы повышения качества хлебобулочной продукции приведен в табл. 1.

Планирование мероприятий по повышению качества с помощью комплексных целевых программ позволит увязать цели, задачи, функции управления с ресурсами и конечными результатами на всех уровнях управления и стадиях жизненного цикла продукции, что тем самым будет способствовать росту эффективности функционирования механизма управления качеством. Дальнейшее совершенствование систем управления качеством необходимо осуществлять в тесной связи с требованиями стандартов ИСО 9000, конъюнктурой рынка и уровнем развития производственного, научно-технического и кадрового потенциала организации.

Таким образом, автором сформулированы методические подходы к формированию и реализации механизма управления качеством на предприятиях хлебопекарной отрасли Приморского края, которые позволят реализовать комплексный системный подход к управлению качеством и обеспечат эффективность и согласованность предпринимаемых на предприятиях мер в данном направлении.

Библиографический список

1. Магомедов М.Д. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности / М.Д. Магомедов, А.В. Рыбин. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. — 192 с.

2. Мишин В.М. Управление качеством / В.М. Мишин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 463 с.

3. Никифоров А.Д. Управление качеством: Учебное пособие для вузов / А.Д. Никифоров. — М.: Дрофа, 2004. — 720 с.

4. Промышленность Приморского края (статистический сборник). — Владивосток: Приморскстат, 2005. — 105 с.

5. Гупанова Ю.Е. Анализ факторов, влияющих на качество продукции, и выявление закономерностей управления им / Ю.Е. Гупанова // Научные труды Дальрыбвтуза. 2006. — Вып. 18. — С. 229-236.

6. Львов Д.С. Качество и эффективность производства / Д.С. Львов. — М.: «Знание», 1974. — 64 с.

7. Шевченко Д.К. Организация и управление качеством: Монография / Д.К. Шевченко, В.В. Груздев. — Владивосток: Дальрыбвтуз, 1998. — 221 с.

8. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 480 с.

9. Чупилин А.И. Управление качеством: Учебное пособие / А.И. Чупилин. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. — 156 с.

10. Хазан М.Г. Организационно-экономический механизм развития в системе управления предприятием / М.Г. Хазан // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 2. — С. 96-103.

ГУПАНОВА Юлия Евгеньевна, аспирант кафедры «Менеджмент организации».

Статья поступила в редакцию 16.10.06 г.

© Ю. Е. Гупанова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ПЕРСОНАЛА

Одним из путей оптимизации деятельности корпораций является создание эффективной системы социальной защиты персонала на основе существующей корпоративной культуры. Для создания такой системы необходимо использование, наряду с традиционными («социальный пакет»), альтернативных подходов, основанных на долгосрочных формах поощрения лояльности корпорациям (льготное кредитование, оплата учебы детей).

Современное состояние общества обуславливает необходимость разработки новых подходов к пониманию ресурсов нематериального характера в экономике. Традиционные корпорации, чья деятельность основывается на эффективном использовании материальных и финансовых ресурсов, постепенно вытесняются корпорациями нового типа. Для них характерно осознание ведущей роли ресурсов, имеющих нематериальную природу, и вовлечение их в хозяйственный оборот. В условиях быстрого изменения внешней среды и стремительного развития высоких технологий конкурентоспособность корпораций во многом является результатом создания уникальных конкурентных преимуществ, приобретенных вследствие использования интеллектуальных активов.

Предсказуемость процессов развития экономики, общества и институциональной среды, отсутствие экономических кризисов и устойчивость социально-трудовых отношений являются условиями, необходимыми для эффективного функционирования бизнеса, особенно крупного, рассчитанного на долгосрочную перспективу. Поэтому корпорации вынуждены разрабатывать и осуществлять мероприятия, обеспечивающие макроэкономическую и социальную стабильность и прогнозируемость социально-экономических процессов. Развитие и улучшение социальной структуры и институциональной среды соответствуют долгосрочным интересам корпораций. Практическая реализация социально ответственной политики способствует повышению доверия к корпорациям со стороны общества. В долгосрочной перспективе социальная ответственность корпорации способна повысить не только доверие потребителей к продукции, производимой данной корпорацией, но и её финансовую привлекательность.

Социальную роль корпорации в современном обществе необходимо рассматривать с учетом ряда позиций.

Во-первых, это реализация определенного социального заказа, общественных потребностей в производимой корпорацией продукции или предоставляемых услугах.

Во-вторых, через выплату налогов и других государственных сборов и платежей происходит попол-

нение государственного бюджета. Таким образом, деятельность корпорации общественно полезна, так как позволяет собирать дополнительные средства для финансирования социальных программ бюджета.

В-третьих, корпорации выполняют важную задачу обеспечения занятости, облегчают нагрузку на рынок труда.

В-четвертых, корпорация — полюс притяжения свободных денежных средств, выводит их из сферы накопления в сферу инвестиций [1].

Корпоративная культура представляет собой один из важнейших нематериальных ресурсов, способных существенно воздействовать на результативность функционирования корпораций. В обстановке быстро меняющейся внешней и внутренней корпоративной среды обращение к культурному потенциалу способно обеспечить экономической системе достижение большей устойчивости, инновационной восприимчивости, способности к постоянному развитию. Корпоративная культура представляет собой систему наиболее общих и стабильных ценностей, представлений, целей, принципов и правил поведения, разделяемых в корпорации, способствует более эффективной адаптации организации к внешней среде, налаживанию устойчивых и благоприятных внешних связей, а также служит действенным механизмом интеграции внутренних корпоративных процессов [2]. Умелое управление корпоративным культурным потенциалом дает возможность создать уникальное конкурентное преимущество фирмы и тем самым усилить её конкурентные позиции на рынке.

Корпорация как трудовой коллектив — социальная система со сложившейся в ней корпоративной культурой, носителем которой выступает персонал. Корпоративную культуру можно рассматривать и как основу оптимальных межличностных отношений, и как определяющую роль в качестве регулятора социально-трудовых взаимосвязей и рычагов воздействия на работников в отдельном трудовом коллективе.

Корпоративная культура в настоящее время становится основным инструментом создания эффективной системы социальной защиты персонала. Главная ценность любой успешной корпорации — это её работники. Именно поэтому социальной сфере в по-

следнее время придается большое значение. Нормально, качественно и производительно люди могут работать, если большая часть их сил не уходит на решение проблем, связанных со здоровьем, жильем, заботой о детях. Такое положение потребовало от корпораций новых подходов к организации социальной защиты своих работников и членов их семей, наполнение реальным содержанием конституционных прав и свобод граждан.

В настоящее время социальная ответственность корпорации перед своими работниками проявляется в следующем:

— корпорация укрепляет социальную стабильность, обеспечивая, кроме занятости, некоторый уровень достатка своим работникам и их семьям;

— она обеспечивает за свой счет определенный набор социальных гарантий, установленных государством и в соответствии с законодательством финансируемых работодателем;

— подавляющее большинство корпораций обеспечивает своим работникам дополнительное количество социальных льгот и услуг: как составляющих основной «социальный пакет», согласованный с представителями персонала в рамках отраслевых или коллективных договоров, так и дополнительных, зависящих, как правило, от успешности коммерческой деятельности корпорации;

— корпорация играет роль более или менее замкнутого социума. Принадлежность к нему повышает социальный статус работника, его внутреннюю самооценку. Развитие корпоративной культуры способствует и раскрытию на корпоративном уровне социальных качеств личности.

Использование потенциала корпоративной культуры в деятельности современной корпорации позволило переместить акцент в управлении с технико-технологических аспектов к мотивационным. Конечной задачей управления остается выход конечной продукции, результат труда, но при этом происходит социализация управления: работник все чаще оценивается с точки зрения его внутренних побудительных мотивов к труду, а персонал — под углом закономерностей поведения социальной общности в условиях корпоративного производственного процесса.

Под влиянием корпоративной культуры происходит переоценка составляющих внутренней мотивации человека к труду. Больше внимание уделяется такому фактору, как влияние статуса корпорации, где занят работник, на его собственный социальный статус, учитываемый и при смене работы потенциальным работодателем.

Изучение современных подходов к формированию и развитию корпоративной культуры позволило выделить новые подходы к факторам мотивации труда. Большое внимание уделяется превращению дополнительных социальных гарантий, в том числе и поставленных в прямую зависимость от результатов труда, в действительный фактор трудовой мотивации.

Основа данного процесса — в демонстрации единства и взаимосвязи интересов корпорации и её сотрудников на основе взаимосвязи объема социальных льгот с эффективностью работы корпорации.

Работники должны ощущать прямую отдачу от улучшения своей работы, трудового вклада, инноваций, качества, предприимчивости. Корпорация, в свою очередь, заинтересована именно в таких вложениях, инвестициях в оплату труда, социальных инфраструктур, программ и льгот, которые приводят к повышению рентабельности, эффективности её работы.

В последнее время ведущие корпорации выстраивают двойную взаимозависимость. Мотивационная оплата труда и льгот планируется не как постоянная переменная, а на основе экономического расчета их отдачи. Часть из них становится результатом уже повысившейся эффективности (по итогам коммерческой деятельности за квартал, год), часть носит инвестиционный характер (в расчете на будущую прибыль от повышения квалификации в результате обучения, полноценного отдыха, улучшения условий труда и т. д.).

Альтернативой прямой оплате и социальным льготам могут являться также социальные по своей сути долгосрочные формы поощрения лояльности корпорации (оплаты учебы детей, льготное кредитование покупки жилья, транспорта, выделение облигаций с отсроченным платежом и т. д.).

Люди, а не капитал — именно тот, главный фактор производства, который заставляет прогресс идти вперед. Но часто бывает, что на производстве именно люди остаются наименее защищенными: случайная ошибка или невнимательность могут привести к тяжелой травме, потере трудоспособности и даже смерти работника. Заботясь о персонале, корпорации, во-первых, создают дополнительную социальную защиту для своего коллектива, а во-вторых, ограждают свой бизнес и свои доходы от влияния неблагоприятных ситуаций.

Задача корпорации в конечном итоге — создать атмосферу социальной стабильности, уверенности работников в перспективе занятости, оплаты труда и социальных гарантий. Это главное условие и качественного труда и развития.

Социальная защита работников корпорации предусматривает решение многообразных проблем, возникающих в процессе трудовой деятельности человека. Это относится к соблюдению трудового законодательства, социальному партнерству, содействию стабильной занятости в условиях безопасности труда, недопущению дискриминации работников по любым признакам, созданию условий для карьерного и профессионального роста, развития личности.

Социальная защита работников корпорации должна наряду с эффективной занятостью предусматривать решение и других значимых вопросов:

— предоставление регламентированных дополнительных гарантий в сфере труда отдельным категориям населения, которые нуждаются в особой социальной защите и испытывают потребности в поддержке их трудовой деятельности (в том числе молодежи, одиноким и многодетным родителям, воспитывающим несовершеннолетних детей или детей-инвалидов, лицам пенсионного возраста, инвалидам, другим предусмотренным действующим законодательством категориям работников);

— выплата и получение заработной платы и всех видов социальных пособий в размерах и сроках, предусмотренных российским законодательством;

— охрана здоровья работающих и профилактика неблагоприятных условий их труда;

— оказание и получение материальной и иной помощи лицам, попавшим в кризисные материальные и социально-бытовые ситуации;

— обеспечение равноправия женщин во всех вопросах социально-трудовой жизни. В первую очередь речь идет о полном фактическом равенстве в оплате труда, продвижении по службе, доступе к профессиональному образованию и повышению деловой и профессиональной квалификации, научной деятельности;

— реализация трудящейся молодежью своего потенциала в образовательном, профессиональном, научном, культурном и спортивном плане [3].

Различные аспекты социальной защиты работников корпорации имеют нормативно-правовую основу в виде Конституции Российской Федерации, действующих федеральных и региональных законов, многочисленных подзаконных актов. Однако в настоящее время общепринятым стало неисполнение этих документов. К сожалению, ни сами работники, ни профсоюзы, которые должны представлять их интересы, не проявляют сколько-нибудь значимой озабоченности сложившейся ситуацией. В то же время многие корпорации отказались от содержания ведомственной медицины, прекратив свое участие в поддержании здоровья работников. Недоступными для многих работников стали санаторно-курортное лечение и оздоровление в домах отдыха, пансионатах, турпоездки, другие формы активного отдыха.

По данным исследователей, только у 10% компаний находятся в открытом доступе внутренние документы, посвященные вопросам корпоративной социальной ответственности. Столько же фирм прошли сертификацию на соответствие стандартам деятельности с точки зрения защиты окружающей среды. Значительно лучше выглядят результаты деятельности в более привычных аспектах: например, реализуются корпоративные социальные проекты для сотрудников (70% компаний) и для населения, проживающего по месту деятельности организации, а также благотворительные и спонсорские проекты (53% компаний) [4].

Поэтому при разработке и реализации социальных программ следует учитывать факт расширения в создаваемой рыночной системе хозяйствования круга субъектов социальной политики: корпоративных и общественных структур, вплоть до отдельных лиц, при соответствующем снижении удельного веса государственных усилий. Сложившаяся ситуация обусловила интерес к исследованию перспектив активного и заинтересованного участия отечественного бизнеса и, прежде всего, корпораций в разработке и осуществлении социальной политики.

В рассуждениях о социальной ответственности корпорации целесообразно вычленим два аспекта: внутренний и внешний. Любая корпорация заинтересована в реализации государственных социальных программ, но она также должна быть озабочена решением социальных проблем внутри своей структуры.

Решению проблем преодоления внутрифирменной социальной напряженности необходимо использовать все имеющиеся ресурсы корпорации. Одним из наиболее эффективных ресурсов может и должна стать корпоративная культура, на основе которой должна строиться социальная политика корпорации. По мнению ряда ученых, социальная политика корпораций должна трактоваться как комплекс мер, направленный на решение задач справедливости в распределении доходов и обеспечении определенных гарантий по охране и гигиене труда, продвижения по службе, накопления средств на поддержку здоровья работника и их сохранности на случай потери его трудоспособности [5].

Социальная политика корпораций, в соответствии с существующей на предприятии корпоративной культурой, должна иметь четко выработанную стратегию, основными направлениями которой являются:

— справедливая мотивация труда, в результате которой должна быть обеспечена ясность и гласность

в оплате труда, предоставлении льгот, продвижения по службе;

— установление партнерских отношений между работодателями и работниками;

— обеспечение социальных гарантий работникам по охране здоровья и гигиене труда;

— обеспечение социальной поддержки бывших работников.

При переходе к рынку социальные функции корпорации существенно изменились, как и вся экономическая и социальная среда её функционирования. Возникла необходимость в определенной социальной стратегии, как неотъемлемой части общей корпоративной стратегии и культуры, ориентированной на повышение ценности работника.

Значимой преградой на пути социального прогресса отечественных корпораций остается (кроме ограниченности ресурсов) давно сложившийся стереотип, согласно которому социальные функции считались навязанными, затрудняющими выполнение основных функций предприятия. Однако логика современных рыночных отношений вынуждает радикально пересмотреть позиции в сфере социальной ответственности бизнеса, поскольку именно социальный прогресс, поддержка социальных гарантий повышает конкурентоспособность корпорации и её инвестиционную привлекательность.

Во многом возможности приемлемого решения социальных проблем на предприятии обусловлены наличием или отсутствием соответствующих подразделений. Учеными и практиками рассматривались различные варианты использования социальной инфраструктуры в условиях рынка: от передачи на баланс местной администрации с возложением на нее всех издержек по содержанию и эксплуатации до перевода этих объектов на коммерческую основу. Промежуточным вариантом было решение, когда объекты, непосредственно связанные с воспроизводством рабочей силы, следовало сохранить в структуре предприятия, выведя за рамки жилищно-коммунальные хозяйства, торговлю и другие [6].

Выбор приоритетного варианта решения проблемы будет обусловлен в каждом конкретном случае: состоянием ресурсной базы предприятия, ценностными ориентациями и структурой мотивации работников, социально-психологической обстановкой, особенностями традиционного восприятия акций по социальной защите и прочее. Целесообразным может оказаться комбинирование в определенном соотношении различных вариантов деятельности объектов социальной сферы [7].

Все это свидетельствует о возможности и необходимости рассмотрения корпоративной культуры как основы социальной деятельности в корпорациях в новых социально-экономических условиях, задающей определенную парадигму, модель организации, обуславливающие специфические формы и технологии социальной защиты персонала.

Большинство крупных государственных корпораций, обладающих сильной корпоративной культурой, осознали необходимость социальной защиты персонала как основы своего процветания. Трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения регулируют коллективные договоры, предусматривающие гарантии социальной защищенности не только для нынешних работников, но и для пенсионеров предприятий. Система социальных льгот и гарантий базируется на Коллективном договоре, в рамках которого реализуется более десятка различных социальных программ. Среди них:

— Программа охраны здоровья работников, включающая в себя оказание первичной медико-санитарной помощи через систему здравпунктов, организацию медицинских осмотров работников, разработку и реализацию программ профилактики;

— Программа медицинского страхования (коллективное добровольное медицинское страхование, страхование от несчастных случаев на производстве);

— Программа санаторно-курортного лечения и оздоровления работников общества и их детей;

— Программа социальной поддержки работников через систему оказания различных видов материальной помощи и компенсаций;

— Программа улучшения жилищных условий работников;

— Программа дополнительного негосударственного пенсионного обеспечения работников;

— Программа социальной поддержки аспирантов, докторантов и соискателей — работников;

— Программа социальной поддержки пенсионеров;

— Программа развития массовой физкультуры и спорта [8].

Таким образом, каждая корпорация должна разработать корпоративную социальную политику, расширить рамки стимулирования и мотивации труда. Забота о людях порождает нравственно-психологические стимулы к труду, способствуя внутренней мотивации работников; формирует чувство корпоративного патриотизма; укрепляет стабильность трудового коллектива; обеспечивает дифференцированный подход к отдельным категориям работников (молодежи, женщинам, семейным, многодетным, пожилым, инвалидам и т. д.). Непрерывное образование и развитие персонала способствует росту трудового потенциала человеческих ресурсов предприятия, способности работников к активной, творческой деятельности ради улучшения результатов деятельности организации. Благодаря «добровольной социальной политике» укрепляется новый характер социально-трудовых отношений между работниками и работодателем на базе партнерства.

Социальная политика корпорации должна быть экономически посильной и выполнимой; учитывать сложившийся уровень жизни населения, развитие социальной сферы в стране и регионе, городе и потребности и интересы работников.

Весьма важна проблема оптимизации структуры затрат корпораций на рабочую силу. В качестве исходной позиции необходимо выбрать следующее положение: затраты на персонал должны ориентироваться на решение и экономических, и социальных

целей, обеспечить сбалансированность интересов работодателей, акционеров в получении прибыли и интересов работников в удовлетворении их разнообразных потребностей, в том числе и потребности в социальной защите. Не только оплата труда, но и разнообразные затраты материального характера должны стимулировать высокоэффективный труд, стабильность персонала. Особо хотелось отметить важность отношения самих работников к тем или иным формам затрат на рабочую силу. С учетом этого оптимальная структура затрат достигается на каждом предприятии самостоятельно на базе сложившейся корпоративной культуры и социального партнерства, в результате ведения переговоров между работодателем и работниками и закрепляется в коллективном договоре.

Материалы данной статьи будут полезны для использования корпорациями различных форм собственности при построении эффективной системы социальной защиты персонала.

Библиографический список

1. Волгин Н. А. Социальная политика / Под общ. ред. Н. А. Волгина. — М.: Академический проект, 2002. — 364 с.
2. Федорова А. А. Корпоративная культура в системе управления организацией: Дис. ... канд. социол. наук / А. А. Федорова. — М., 2005. — 176 с.
3. Иванов М. А. Социально-трудовые отношения (Общая теория и проблемы становления их демократического регулирования в современной России) / Под общ. ред. М. А. Иванова — М.: «Класс», 2003. — 396 с.
4. Вербицкий В. С. Качественное корпоративное управление / В. С. Вербицкий // Управление компанией. — 2005. — № 4. — С. 26-29.
5. Чуб Б. А. Корпоративное управление / Б. А. Чуб, Р. С. Курчаков — Казань: ДАС, 2005. — 485 с.
6. Берли Ф. Современная корпорация и частная собственность / Ф. Берли, Г. Минз — М.: Дело, 2004. — 329 с.
7. Шевчук А. В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления / А. В. Шевчук // Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. — № 2. — 2005. — С. 14-21.
8. Коллективный договор между трудовым коллективом и администрацией ОАО «Корпоративные сервисные системы» на 2007 год. — С. 10-11.

ГАЙДУКОВА Галина Николаевна, ассистент кафедры социальных технологий.

Статья поступила в редакцию 30.10.07 г.

© Г. Н. Гайдукова

Книжная полка

Косьмин, А. Д. Экономическая теория в вопросах и ответах [Текст]: учеб. пособие / А. Д. Косьмин, Т. И. Гордиевич; ОмГТУ. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2008. — 128 с.: рис., табл. — Библиогр.: с. 122 — 123. — ISBN 5-8149-0538-3.

Данное пособие рассматривает ключевые вопросы дисциплины «Экономическая теория»: сущность, основные задачи, принципы и методы экономической теории. Особое внимание уделено основным понятиям экономической теории и закономерностям экономического развития. Пособие предназначено для очной, заочной, вечерней и дистанционной форм обучения по дисциплине «Экономическая теория», для подготовки студентов всех специальностей.

По вопросам приобретения — (3812) 65-23-69
E mail: libdirector@omgtu.ru.

СЕМЬЯ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ

На основе анализа данных эмпирических исследований установлена зависимость успешности социальной мобильности людей с инвалидностью от стратегий семейных отношений в случаях, когда только один из супругов имеет инвалидность и когда оба супруга являются инвалидами.

На становление личности, положение человека в обществе, его продвижение по социальной лестнице решающее влияние оказывают различные социальные факторы: семья, социальные институты, в пределах которых тот или иной человек выполняет свои роли и функции, общество в целом, предоставляющее человеку определенные права и предъявляющее к нему соответствующие юридические, культурные и нравственные требования. Наиболее важной из них для людей с инвалидностью является семья.

В большинстве случаев наиболее благоприятные условия для интеграции человека с инвалидностью в общество, повышения его статуса создает именно семья. Семья — одна из подсистем социального пространства человека с инвалидностью. Она играет большую роль в организации благоприятного окружения, обстановки, приобретения специального оборудования, создания способов общения с людьми с проявлениями нетипичности. Именно члены семьи нередко оказываются лучшими помощниками в создании условий для полноценной жизни человека с инвалидностью, его социального подъема. Если человек, имеющий инвалидность, чувствует любовь членов семьи, окружен разумным вниманием и заботой, то подобная эмоциональная обстановка благоприятно влияет на его отношение к семье, к самому себе и к людям вообще.

С другой стороны, в силу разных причин, значительная часть семей становится фактором, препятствующим успешной социальной мобильности человека с инвалидностью. В этом случае ощущение заброшенности, ненужности приводит к негативному отношению к семье, порождает черствость, эгоизм, уход в себя, озлобленность по отношению к окружающим, в особенности к здоровым людям.

В августе 2005 года сотрудниками кафедры социологии и социальной работы Северо-Кавказского государственного технического университета и активистами Ставропольской городской организации Всероссийского общества инвалидов при участии автора было проведено социологическое исследование, целью которого явилась характеристика каналов и анализ барьеров социальной мобильности людей с ограниченными возможностями.

В качестве объекта исследования были выбраны люди с ограниченными возможностями в возрасте от 18 до 75 лет, проживающие в городе Ставрополе. Генеральную совокупность исследования составили

38498 человек. Общее количество опрошенных респондентов по квотной выборке составило 921 человек.

Анализ полученных данных показал следующее: у людей с инвалидностью менее благоприятные показатели брачности: доля никогда не состоявших в браке до 40 лет среди них значительно выше, чем у людей, не имеющих инвалидность (треть опрошенных респондентов находятся в законном браке, 10,3 % — в гражданском браке, 37,5 % — не состояли и не состоят в браке, 11,8 % — разведены). Поэтому и детность инвалидов также существенно ниже, чем у населения в целом. Брак с представителем другой социальной группы не является в настоящее время значимым каналом восходящей мобильности для большинства людей с ограниченными возможностями (лишь 12,9 % респондентов отметили, что подобные случаи встречаются). Инвалиды позже и с меньшей интенсивностью вступают в брак. 67,3 % являются единственными членами семьи, имеющими инвалидность¹. У людей, имеющих инвалидность, наблюдается меньшая интенсивность отделения от семьи своих родителей и родственников. Люди с инвалидностью, оставшиеся одинокими (например, после развода или овдовения), чаще всего возвращаются в семью своих родителей или других родственников.

Почти 40 % опрошенных инвалидов находится в полной зависимости от членов своих семей. Это те, кто не может передвигаться или самостоятельно обслуживать себя. Долгое пребывание в таком прострастве порождает особое отношение к его содержанию, материально-вещественным и личностным компонентам, к вопросам о возможности контроля над средой. Такие инвалиды в большинстве своем замкнуты, пассивны, а в ряде случаев даже агрессивны.

В данном случае инвалид обладает значительно меньшей свободой и социальной значимостью, чем обычный человек. Все решения относительно его проблем принимают другие члены семьи. Они диктуют человеку с инвалидностью желательный, с их точки зрения, стереотип поведения. Его низкий социальный статус иллюстрируется тем, что члены семьи часто говорят о нем в третьем лице, лишая возможности выразить собственное мнение. Такая семья создает все условия для нисходящей вертикальной социальной мобильности человека с инвалидностью.

Довольно часто не могут создать свою семью люди, имеющие инвалидность с детства (особенно име-

ющие видимый физический или психический дефект). Это объясняется тем, что взрослые не обеспечивают условия успешной социально-психологической адаптации такому ребенку. Он на всю жизнь остается зависимым от других, пассивным, не способным взять на себя ответственность.

Возникновение проблем во внутрисемейных отношениях в семьях, где инвалидность получил взрослый человек, связано с изменением социальных ролей и обязанностей в семье. У человека может появиться чувство вины, ненужности и обузы, а у членов семьи — агрессия или недовольство. Другая ситуация, когда человек с инвалидностью подвергается гиперопеке. Очень важно нейтрализовать эти две крайности в отношении члена семьи, имеющего инвалидность.

В данной статье мы представим семейный опыт людей с инвалидностью. На материалах биографических интервью мы рассмотрим стратегии супружеских отношений и их влияние на возможности социальной мобильности (в смысле достижения позитивного самоопределения человека с инвалидностью). Биографические интервью были взяты нами у людей с различными формами и тяжестью инвалидности. Проведен сравнительный анализ супружеских отношений семейных пар, в которых один из супругов имеет инвалидность, и пар, в которых оба супруга с инвалидностью.

В ряде рассмотренных нами семей, в которых один из супругов имеет инвалидность, проявилась практика угнетения, действующая на протяжении всей жизни. Очень часто люди с инвалидностью вынуждены оставаться в семье и терпеть унижение, насилие и ложь, т.к. находятся в экономической зависимости и не видят другого выхода. В историях, рассказанных нашими респондентами, прослеживается выбор — жить в семье или остаться одному. Иногда в этом выборе преобладает чувство долга, иногда — необходимость, иногда — чувство ответственности или вины, но во многих семьях — это любовь, уважение и привязанность. Хочется отметить, что семья инвалида — это не какой-то один тип семьи, это огромное разнообразие случаев. Семьям людей с инвалидностью доступны те же радости и горести супружеских и детско-родительских отношений. У них есть мечты, планы и реалии, как и в других семьях. Очевидно, что в семейных отношениях заложен потенциал социальной мобильности инвалидов². Однако нередко отношения между супругами, родителями и детьми приобретают характер обладания, власти и подчинения, хотя они и прикрыты романтической любовью, материнской заботой. Это депривирует людей от ресурсов общества, заставляет игнорировать потребности друг друга, разрушает отношения.

Несмотря на бесконечный перечень проблем, возникающих в семьях, где член семьи — человек, имеющий инвалидность, семья остается основным источником помощи и поддержки.

Многие из тех проблем, которые испытывает семья, возникают по причине предубеждений по отношению к инвалидам со стороны окружающих, межличностных конфликтов и гендерных предрассудков. Приведенные примеры дают нам основание утверждать, что семья инвалидов мало чем отличается от «обычной» семьи. Но в ней есть зоны риска, формируемые социальным осуждением и отсутствием социальной поддержки со стороны профессионалов и общества.

Рассмотрим несколько примеров семей, в которых один из супругов имеет инвалидность.

Александр (44 года, гемофилия, живет с женой, сыном. Имеет дочь, которая живет отдельно. Не работает.)

«Я всегда чувствовал ответственность за своих близких. Всегда старался делать для них все, что в моих силах. И все было хорошо. Меня любили и уважали. Потом я стал чувствовать себя хуже, не мог часто выходить из дома, всю работу по дому взял на себя. Посыпались упреки от жены, что нет денег. Дети перестали меня замечать. Я им ничего уже дать не мог. Хотел уйти, так как было невыносимо. Но куда? Жить с родителями, которые сами еле ходят — нереально. Я должен всем чего-то: денег, помощи, а я не могу им это дать. Мучает чувство вины и бессилия. Живу с семьей и погибаю от одиночества».

Лариса (48 лет, перенесла полиомиелит в детском возрасте, колясочница, живет с мужем и взрослым сыном, не работает.)

«Пока сын был маленьким, мы с мужем все делали вместе, то, что я не могла делать, он делал. Я работала на дому, шила игрушки, всякие штучки мастерил. Их покупали, все копеечка к семейному бюджету. Муж меня на руках носил. В прямом смысле. Я ведь ходить не могу. А когда сын подрос, стал меня стыдиться. Из дома надолго уходить. Муж стал пить. На меня теперь никто не обращает внимание в семье. Если что-то надо, сходить куда или еще что, прошу чужих людей. Плачу им деньги. Так проще. Уйти? А куда я пойду? Надо терпеть».

Алина (28 лет, ДЦП, работает на дому. Живет с мужем, сыном и приемной дочерью.)

«Я люблю свою семью. Да, мне тяжело все по дому делать самой (дети еще маленькие). Муж целыми днями на работе. Но тяжело не значит невозможно. Все делаю потихоньку. Но я на многое не имею права. То, что пришлось бы здоровой женщине, мне не прощается. Я стараюсь во всем все делать лучше, чем другие женщины. И с детьми тоже. Мне очень страшно, что когда-нибудь дети или муж упрекнут меня в моей инвалидности. А еще хочу пойти работать. Но об этом пока не может быть и речи. Потом, когда дети подрастут. Мы вместе никуда не ходим. Муж с детьми ходит. Наверное, им так лучше. Ничего. Главное, чтобы им было хорошо».

Здесь мы видим полное подчинение себя семейной иерархии, полное повиновение физическим и эмоциональным ограничениям. Имеет место экономическая и физическая зависимость человека с инвалидностью от членов своей семьи. Супруг, имеющий инвалидность, лишен права выбора, права проявления себя. В противном случае он оказывается «неудобным для всех», источником дополнительных проблем. И никто в данной ситуации не задумывается о том, каково психологическое состояние этого человека. Он «должен быть благодарен за то, что ему позволяют жить рядом, а не в каком-нибудь доме для инвалидов». Эта точка зрения родственников человека с инвалидностью, к сожалению, не является единичным случаем. Соответственно, в сложившейся ситуации семья является фактором нисходящей вертикальной мобильности, когда понижается не только социальный, но и внутрисемейный статус человека с инвалидностью. Ухудшается его социальное самочувствие.

Сергей (46 лет. Удалена часть головного мозга из-за ранения. Живет с женой и дочерью. Работает в общественной организации инвалидов войны в Афганистане.)

«У меня замечательная жена. Она так меня поддерживает, когда начинаются приступы. Дочка — мое счастье. Она именно таким растет человечком, каким

мы с женой хотели, что бы она была. Мои родные дали мне возможность стать на ноги, начать работать. Чувствовать себя нужным им, чувствовать себя человеком. Если бы их не было рядом, наверное, ничего бы у меня не получилось после травмы. Вместе трудимся, вместе учимся, вместе по дому что-то делаем, вместе отдыхаем. Не говорю, что нет трудностей. Есть, и немалые. Но мы всегда находим выход».

Оксана (24 года, перенесла инсульт. Живет с мужем, дочкой. Работает в физиопolikлинике.)

«После инсульта первый муж бросил меня с годовой дочкой на руках. Мне помогали мои родители. Потом я встретила Сашу. Мне очень повезло. Саша очень меня любит. Мы вместе учились в институте. Это он давал мне силы, когда я училась ходить, это он заставлял меня писать контрольные и курсовые, не дал бросить институт. Убедил не оставлять дочку бабушке. Он столько сделал и делает для нас, он все время толкает меня вперед. И сам совершенствуется. Мы с ним освоили компьютер, учим английский. Дочку любит как свою. Очень жаль, что я не могу родить ему ребенка. Врачи запретили. Благодаря мужу я имею все: замечательную семью, любимую работу, приличное материальное положение».

Из приведенных выше примеров можно сделать вывод о том, что в этих семьях инвалидность одного из супругов была принята. И члены семьи без инвалидности постарались создать комфортные условия помощи и понимания для самореализации человека с инвалидностью, удовлетворения его потребностей. В данном случае семья предоставляет супругу возможность для успешной социальной мобильности, самосовершенствования и самодостаточности.

Интересные результаты дали исследования семей, в которых оба супруга имеют инвалидность.

Сергей (48 лет, ДЦП. Жена — с трудом передвигается из-за травмы позвоночника. Двое детей. Работают оба супруга.)

«Я очень долго уговаривал Светлану создать со мной семью. Она боялась быть мне обузой, боялась испортить мне жизнь. Когда мы все-таки стали жить вместе, все оказалось гораздо проще, чем я думал. Мы очень хорошо понимаем трудности друг друга. Каждый из нас делает то, что в состоянии делать. Было трудно, когда мальчишки были маленькими, но лет с четырех мы их стали просить делать мелкую работу по дому. Сейчас просить не надо. Все делают без напоминания. Света не ходит без посторонней помощи. Я каждое утро провожаю ее на работу и потом сам еду на работу. А ей сотрудники помогают. У нее со всеми хорошие отношения. А вечером я ее забираю с работы, У меня спрашивают: «Тяжело, небось, само тебе ходить». А мне кажется, что я — самый счастливый муж на свете. Любящая и любимая жена, замечательные дети... Главное — мы понимаем и поддерживаем друг друга.

У нас никогда не было много или даже достаточно денег. У нас обоих слишком заметная инвалидность, чтобы ее можно было скрыть от работодателя. Поэтому работаем за гроши. Но хоть какая-то добавка к пенсии. Отсутствие денег никогда не было поводом для ссор между нами или с детьми. С 14 лет они сами зарабатывают. И все успевают. И учатся неплохо. И работают».

Сергей (30 лет, ДЦП, жена (гражданский брак) — задержка умственного развития. Детей нет. Оба работают подсобными рабочими на мясокомбинате).

«Лена дает мне то, чего у меня никогда не было. Она верит, что я все смогу. Смогу ее зачитать, накормить, одеть. Меня никто никогда не считал за чело-

века. Ни мать, ни отец, ни брат, ни сестра. Меня просто отдали в интернат и «забывали» забирать на каникулы или выходные. Никто не верил, что я что-то смогу в жизни. И еще меня никто никогда не любил. А Лена верит и любит. И я могу. Я устроился на работу и ее устроил. Я делаю ремонт в квартире. Сам. И она мне помогает. Меня хорошо принимают ее родители. И я временами перестаю чувствовать себя быдлом. И не хочу, чтобы меня другие считали инвалидом».

Ольга (40 лет. Муж и она — инвалиды по зрению. Живут с дочерью. Работают на дому).

«Мой муж — удивительный человек. Конечно, болезнь не дает ни мне, ни ему реализовывать наши мечты. Но, главное, он научил меня терпению и юмору. Я ни разу не пожалела, что вышла замуж за совсем незрячего человека. Мы вместе уже 20 лет. Много чего было. И хорошего, и плохого. Но я всегда знала, что у меня есть тыл. Еще нам всегда помогала религия. Мы просили у Господа только сил, чтобы преодолеть все испытания. И он нам помогал. А еще нужно любить, тогда не обращаешь внимания на бытовые мелочи, на какие-то неприятности. Лишь бы муж и дочь были рядом».

Валентина (30 лет. Муж и жена — глухонемые. Работают. Двое детей).

«Я даже никогда не думала создать семью со здоровым мужчиной. Я бы ему не доверяла. А так мы в равном положении. Я считаю, что у нас нормальная семья. Просто друг за дружку держимся крепче. Если бы я не вышла замуж, я бы ничего не достигла в жизни. Родители из меня сделали бы домработницу. И я бы в этой роли жила всю жизнь. А муж дает мне и силы, и желание чего-то добиваться».

Алексей (38 лет. Рассеянный склероз. У жены — ДЦП. Есть сын. Муж работает на дому. Жена — менеджер).

«Я всегда хотел иметь семью. Первая моя жена ушла, забрав ребенка, когда началась болезнь. Вторая — ушла, испугавшись дальнейших проблем, связанных с заболеванием. Хотя я до последнего времени вел довольно активную жизнь. Организовал свой бизнес. Материально обеспечен. Жильем тоже. Сейчас жена у меня — тоже инвалид. Т.к. мое состояние ухудшилось, я сейчас работаю дома. Конечно, экономический статус мой понизился, денег стало гораздо меньше. Но зато дома я чувствую себя человеком. У меня есть семья — это мой тыл. Есть работа. Я не чувствую одиночества».

Данные примеры семей, в которых оба супруга являются людьми с инвалидностью, позволяют утверждать, что в этих семьях царит благоприятная психологическая обстановка, в которой нет места дискриминации и угнетению, супруги находятся в равном положении и их отношения строятся на взаимопонимании и взаимоподдержке. В таких семьях много трудностей, связанных с состоянием здоровья, но внутренняя атмосфера позволяет справляться с этими трудностями без особого раздражения и отчаяния.

Существует еще одна особенность. Молодые люди с инвалидностью в большинстве случаев не хотят создавать семью с человеком, имеющим заметную физическую инвалидность или инвалидность, связанную с психическим заболеванием. Хотя могут долгое время поддерживать отношения, в том числе и сексуальные. Однако, «зачем я буду вешать на себя обузу, мне самому нужна помощь, а я не хочу решать двойные проблемы. Да и что люди скажут. Будут пальцем показывать, два сапога пара — говорить. На меня и так смотрят на улице, а то еще мы вдвоем покажемся

где-нибудь — стыд-то какой». Еще одна точка зрения, наиболее характерная для людей с тяжелыми формами инвалидности, нуждающихся в посторонней помощи и уходе.

Михаил: «Я — инвалид 1-й группы. Мне 24 года. У меня крайне тяжелая форма ДЦП (детский церебральный паралич). Руки не работают совсем. Абсолютно все делаю ногами: пишу, ем, одеваюсь и т.д. Окончил среднюю школу. Обучение проходило на дому, но, несмотря на страшную болезнь, никаких "скидок" в оценках не было. В данный момент учусь на заочно-дистанционном отделении юридического факультета. Моя проблема состоит в следующем. У меня не получается завести серьезные отношения со здоровыми девушками. Я хочу иметь жену, детей. Одним словом, хочу, как все здоровые люди, любить и быть любимым. Понимаю, что с большой (как я) девушкой жить нам вместе будет почти невозможно. Даже в магазин сходить из нас будет некому. Не говорю уже о домашних делах. Я могу пылесосить, пол подтирать, пыль протереть (где дотянусь). Но это все. Больше от меня помощи по дому никакой. А представьте себе двух инвалидов... Это все равно что лечь в гроб живыми и ждать смерти. Поэтому в семье должен быть кто-то один здоровый. В моем случае, моя жена.

Но проблемы в знакомстве со здоровыми девушками не позволяют мне вообще надеяться, что когда-нибудь у меня будет семья. При знакомстве в первые минуты или дни все идет нормально. Но как только я рассказываю о том, что так сильно болен, девушки перестают общаться со мной, пропадают вообще. Я, конечно, понимаю, что здоровые хотят быть со здоровыми, ходить в кино, на дискотеки, в рестораны. Со мной этого не может быть, т.к. я не выхожу из квартиры и единственный способ общения и знакомства для меня — это E-mail и ICQ. Но я же тоже живой человек. Я тоже хочу жить. **НОРМАЛЬНО ЖИТЬ**».

В ответах этого молодого человека обозначена наиболее характерная точка зрения на создание семьи с человеком без инвалидности. Прослеживается иждивенческая позиция (я хочу, и вы должны мне это дать, а лишние проблемы мне не нужны), которая в данном случае является барьером к реализации жизненных планов, самосовершенствованию, социальной мобильности.

Некоторые люди, имеющие инвалидность, наоборот, не соглашаются создавать семью, чтобы своей

инвалидностью не придавать хлопот и ограничений любимому человеку. Они осознанно обрекают себя на одиночество, считая, что они не имеют права на создание семьи, рождение ребенка. Считают, что никогда не смогут дать своим близким то, что может дать здоровый человек.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: микропрактики семейной жизни могут катализировать или уменьшать макроуровневые воздействия среды на социальную мобильность инвалидов. Направление их воздействия зависит от ряда факторов, например, от отношения общества к инвалидности, от готовности человека принять свою инвалидность, от социальных сетей поддержки и государственной социальной политики в отношении людей с инвалидностью.

Представления о семье как об агенте социализации далеко не новы, однако рассмотрение особенностей внутрисемейных отношений как фактора воздействия и одновременно индикатора особенностей социальной мобильности человека с инвалидностью свидетельствует о новизне сочетания фундаментальных теоретических построений с практико-ориентированными исследованиями.

Результаты исследования могут быть применимы в деятельности органов управления и учреждений системы социального обслуживания, некоммерческих организаций людей с инвалидностью, а также научными сотрудниками в учебном процессе.

Библиографический список

1. Интеграция людей с инвалидностью в российское общество: теория и практика / Под ред. Шаповалова В.К. — М.: Муравей, 2006. — 320 с.
2. Романов П.В. Политика инвалидности: Социальное гражданство инвалидов в современной России / П. В. Романов, Е. Р. Ярская-Смирнова — Саратов. Изд-во «Научная книга», 2006. — 260 с.

АЛЕЙНИК Лидия Анатольевна, соискатель кафедры социологии и социальной работы, директор Многопрофильного сервис-центра социального образования и социально-реабилитационных услуг.

Статья поступила в редакцию 11.12.07 г.

© Г. А. Алейник

Книжная полка

Станкова, М. В. История предпринимательства и меценатства в России [Текст] : конспект лекций / М. В. Станкова; ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2008. — 67, [1] с. — Библиогр.: с. 67 — 68.

Рассмотрены теоретико-методологические основы курса «История предпринимательства и меценатства в России»: актуальность, предмет, задачи курса и историография проблемы. Особое место уделено вопросам зарождения элементов предпринимательской деятельности в хозяйстве древних восточных славян и дальнейшего развития предпринимательства и меценатства в России. Конспект лекций предназначен для студентов заочной и дистанционной форм обучения специальности 040101 «Социальная работа». Предложены контрольные вопросы и библиографический список к каждой теме.

По вопросам приобретения — (3812) 65-23-69
E mail: libdirector@omgtu.ru.