

# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 374 : 338.46

**Е. Д. ЛИПКИНА  
А. С. ЯСТРЕБОВ**

Омский государственный  
педагогический университет  
Институт развития образования

## ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

На основе проведенных исследований установлено, что формирование и функционирование рынка дополнительных профессиональных образовательных услуг, подчиняясь общим рыночным законам, обладает рядом специфических особенностей. Конкуренция на рынке дополнительных профессиональных образовательных услуг протекает по целому ряду самостоятельных, предопределяемых структурой рынка направлений. Учёт влияния конкуренции позволяет утверждать о её разноплановой роли и способности выполнять целый ряд взаимосвязанных функций.

Происходящие в России радикальные социально-экономические преобразования, обусловленные переходом к рыночной экономике, предопределили изменение теоретических, методологических и практических подходов к системе дополнительного профессионального образования. Полномасштабное включение рыночных стимулов и механизмов привело к активному развитию соответствующего рынка. Именно в подобном контексте осуществляется непосредственное и экономически мотивированное

взаимодействие (в рамках общей системы рыночных отношений) потребителей дополнительных профессиональных образовательных услуг (ДПОУ) и предоставляющих подобные услуги специализированных учебных заведений, складываются и в полной мере проявляют себя многоаспектные конкурентные отношения.

В настоящее время в экономической науке исследование термина «рынок дополнительных профессиональных образовательных услуг» не получило

еще достаточного распространения, поэтому считают необходимым дать собственное определение рассматриваемой категории.

*Рынок дополнительных профессиональных образовательных услуг следует понимать как систему экономического взаимодействия субъектов по поводу купли-продажи специфического товара «дополнительная профессиональная образовательная услуга», позволяющую потребителям быть конкурентоспособными на рынке труда и достигать соответствующего социального статуса, обеспечивая гибкость их ориентации в современных условиях.*

Формирование и функционирование рынка ДПОУ, подчиняясь общим рыночным законам, обладает рядом специфических особенностей, отдельные аспекты составляющие которых выявлены и рассмотрены нами в ходе проведенного исследования.

Прежде всего, проведен анализ важнейших параметров рынка ДПОУ — его структура, сегментация и конъюнктура, характеризующие ситуацию, которая складывается на рынке в соответствии с уровнями спроса и предложения, а также динамикой производства и потребления.

- В целом сложилось достаточно устойчивое представление о **субъектной структуре** рынка ДПОУ, объединяющей производителей услуг, потребителей, отдельные элементы инфраструктуры самого рынка и государственные органы управления всех уровней. При этом именно отношения между системой разнопрофильных учебных заведений и потребителями их услуг составляют основу характеризующего рынок, представляющего способ экономической координации продавцов-производителей и покупателей-потребителей.

В роли субъектов рынка ДПОУ, формирующих предложение, выступают образовательные учреждения и индивидуальные производители, в функции которых входят:

- производство ДПОУ в форме необходимых знаний, умений и навыков: по содержанию, объему, ассортименту и качеству;
- производство и оказание сопутствующих ДПОУ в виде материально-вещественных продуктов;
- оказание информационно-посреднических услуг всем субъектам рынка ДПОУ, включая согласование с ними условий взаимодействия, порядка, источников и размера финансирования.

Степень влияния рыночных факторов на поведение образовательного учреждения зависит от формы собственности, присущей данному образовательному учреждению, именно формы собственности определяют и зависимость образовательного учреждения от уровня государственного финансирования. С понижением доли государственного финансирования растет значение рыночных факторов, основным из которых в настоящее время является платежеспособный спрос индивидуальных потребителей образовательных услуг.

На рынке ДПОУ существуют две большие группы **производителей**.

Во-первых, это государственные (находящиеся на бюджетном и/или отраслевом финансировании) и негосударственные (коммерческие) высшие учебные заведения.

Деятельность этих учреждений осуществляется на рынке долгосрочных образовательных услуг. В настоящее время это рынок несовершенной конкуренции, на котором стремительно происходят изменения: появляются новые субъекты в лице негосу-

дарственных высших учебных заведений, коммерческих филиалов государственных вузов, диверсификация учебных программ приводит к однородности образовательных услуг, размывается локальность рынка с развитием дистанционных форм обучения.

Учитывая объемы внебюджетного финансирования, зависимость функционирования учебного заведения от коммерческой деятельности, представляется, что экономическое поведение государственных и негосударственных образовательных учреждений на рынке ДПОУ существенно не различается.

Кроме того, государственные учебные заведения, развивая многоканальность источников финансирования, дополнительно к платному обучению основным образовательным программам, стали развивать дополнительное образование по средне- и краткосрочным программам.

Во-вторых, производителями на рынке ДПОУ являются специализированные негосударственные структуры дополнительного профессионального образования.

Что касается этих субъектов рынка, то они обеспечивают среднесрочные и краткосрочные образовательные услуги, к ним относятся и различного рода профессиональные курсы, школы, и индивидуальные производители ДПОУ.

Таким образом, на рынке ДПОУ конкурируют государственные и негосударственные вузы, учреждения дополнительного образования, работающие только на коммерческой основе, и индивидуальные производители образовательных услуг.

Необходимо отметить, что рынок ДПОУ в настоящее время нельзя назвать зрелым и устойчиво сбалансированным из-за постоянно появляющихся новых образовательных учреждений, новых учебных программ. Причем существуют условия, когда появление новых образовательных учреждений не ограничивается в связи с выгодной конъюнктурой на рынке.

Среди **потребителей** ДПОУ выделяют три основные группы: индивидуальные; предприятия и организации; общество в целом.

Потребители — это, прежде всего, те, кто является непосредственными получателями ДПОУ. К ним относятся все категории обучающихся. При этом необходимо иметь в виду, что они приобретают качества и характеристики, способные удовлетворить потребность предприятий в рабочей силе нужного уровня и квалификации. А сам производитель услуги получает отклик от целого сегмента рынка труда, нанимающего его выпускников, который проявляется в получаемых материальных и нематериальных выгодах (подъеме престижа, укреплении товарной марки, получении финансирования, роста спроса на предлагаемые ДПОУ и т.п.). Причем после повторного обращения выпускников (профессиональная переподготовка, повышение квалификации) они вновь становятся потребителями.

Поэтому, поскольку производители ДПОУ опосредованно через своих выпускников выходят на рынок труда, то потребителями также являются предприятия и организации, их нанимающие. Кроме того, производители ДПОУ разрабатывают методические комплексы, лекционные курсы, программы повышения квалификации, потребителями которых могут быть, наряду с персоналом самого производителя, также родители, работники других образовательных учреждений и предприятий различных отраслей.

В результате состав потребителей расширяется за счет тех, кто, во-первых, принимает решение о

приобретении ДПОУ, выбирающих производителей в зависимости от целого ряда условий и параметров, и, во-вторых, тех, кто прямо или косвенно заинтересован в деятельности производителей, приобретая не сами ДПОУ, а сформированные в результате их потребления знания, умения, навыки и прочие характеристики, входящие в понятие рабочей силы. Сюда могут быть отнесены: предприятия, оплачивающие обучение детей сотрудников; предприятия и организации, посылающие сотрудников на переподготовку и повышение квалификации; органы государственного управления (всех уровней), заказывающие определенные программы подготовки и переподготовки руководителей; агентства по трудоустройству, сотрудничающие с производителями ДПОУ; поставщики учебной литературы; предприятия и организации, нанимающие тех, кто прошел дополнительное профессиональное образование и переподготовку.

При этом следует отметить, что среди специалистов, занимающихся исследованием маркетинга в системе образования и делающих акцент на том, что маркетинговая деятельность организована как процесс эффективной коммуникации, и важно иметь четкое представление о контактных аудиториях этого процесса, существует терминологический подход, в соответствии с которым в качестве самостоятельных групп выделяют:

- потребителей, как непосредственных получателей ДПОУ;

- покупателей, как тех, кто принимает решение о приобретении ДПОУ;

- клиентов, как наиболее широкий термин, включающий всех возможных потребителей и покупателей, а также иные контактные аудитории, прямо или косвенно заинтересованные в деятельности производителей ДПОУ.

**Систему и структуру рынка ДПОУ** охарактеризуем, используя критерии, выделенные К. Ховардом и Г. Журавлёвой [3, с. 197 – 200].

По объектам рынок ДПОУ представляет собой потребительский рынок образовательных услуг и продуктов.

По субъектам рынок ДПОУ следует отнести к рынку покупателей, т.к. спрос на ДПОУ диктуется платёжеспособностью покупателя, выбор достаточно широк, хотя качество образовательного продукта часто сложно проверить.

В пространственном разрезе рынок ДПОУ можно назвать внутренним и локальным, хотя предоставление профессиональных образовательных услуг иностранным гражданам выводит его и на мировой уровень.

По степени насыщения рынок ДПОУ является равновесным, избыточным и даже дефицитным в зависимости от набора предлагаемых специальностей, стоимости обучения, профиля и территориального расположения центров обучения, их престижности и некоторых других факторов.

В зависимости от ассортимента услуг рынок ДПОУ может быть насыщенным (широкий ассортимент предоставляемых услуг) и смешанным (предоставляются самые разные, не связанные между собой услуги).

Для современного рынка ДПОУ характерна возросшая неоднородность, отражающаяся в многообразии производителей и потребителей.

На состояние основных составляющих рынка ДПОУ — **спроса и предложения** — большое влияние оказывают такие факторы, как окружающая марке-

тинговая среда, основные группы потребителей, сегменты рынка, их характеристика, а также объёмы предлагаемых и потребляемых услуг, т.е. ёмкость рынка. Проведём сравнительный анализ этих факторов для рынка основных и рынка дополнительных ПОУ.

Все факторы, влияющие на спрос, подразделяются на ценовые и неценовые. Влияние ценового фактора на спрос, как известно, определяется двумя зависимостями: 1) чем выше цена товара, тем меньше спрос на него со стороны покупателей, 2) чем ниже цена, тем больше спрос.

К неценовым факторам, влияющим на спрос на ДПОУ, относятся следующие:

- демографический, то есть наличие в регионе наиболее восприимчивого к дополнительному профессиональному образованию контингента населения;

- психологический, этим фактором определяется ориентация на образование как на одну из конечных целей личности или лишь как средство получения иных благ;

- политический, то есть политическая стабильность;

- социально-экономический (доходы потребителей: при большем доходе потребители образовательной услуги могут расходовать больше денег на покупку образовательной услуги; влияние рынка труда).

Влияние экономической ситуации в целом на составляющую спроса проявляется, прежде всего, в том, что от нее во многом зависит стабильность доходов населения и, как следствие, возможность приобретения дополнительных благ.

Спрос на дополнительные образовательные услуги формируется под воздействием изменений на рынке труда и общественного мнения о престижности и выгодности профессий. Этими факторами объясняется инерционность спроса, то есть задержка действий потребителей ДПОУ по отношению к изменениям на рынке труда — временной лаг.

Спрос на дополнительные образовательные услуги находится в большой зависимости от социально-демографического фактора, а также от экономических особенностей региона. Потребность в дополнительных знаниях и умениях, как правило, возникает у группы людей определённого уровня образования, возраста, социального статуса, уровня доходов. Кроме того, она зависит от востребованности специалистов с дополнительными знаниями на локальном рынке труда и от реальной возможности приобретения необходимой услуги.

Таким образом, спрос на рынке ДПОУ является функцией следующих факторов: экономическая ситуация, доходы потребителей образовательной услуги, количество ее потребителей, психология потребителей образовательной услуги, влияние рынка труда и прочие факторы.

Необходимо отметить, что спрос на рынке ДПОУ более подвержен социально-психологическому воздействию неценовых факторов. Эта его особенность. Именно более сильным воздействием неценовых факторов объясняется то, что характеризующие закон зависимости не всегда будут действовать на рынке ДПОУ. Первая зависимость — чем выше цена товара, тем меньше спрос на него со стороны покупателей — не всегда будет проявляться, так как потребители будут уменьшать другие расходы, отказывая себе во многом, но более дорогую образовательную услугу они будут оплачивать, так как считается, что она гарантирует качественное образование. Вторая зави-

симось — чем ниже цена, тем больше спрос — вызывает у потребителей подозрительность по поводу возможного низкого качества и может вызвать «запирание спроса».

Что же касается эластичности спроса относительно цены, то на рынке ДПОУ сложилась ситуация, когда эластичность зависит от производителей образовательной услуги и от самой образовательной услуги. Так, в частности, для элитных вузов, таких как МГУ, Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, МГИМО и др. спрос абсолютно неэластичен (нулевая эластичность). Значительное повышение цены не приводит к падению спроса. Это объясняется высоким престижем элитных вузов, то есть неценовым фактором. Эластичный спрос наблюдается у образовательных структур, использующих ценовую конкуренцию. Это негосударственные вузы и центры ДПО. Также спрос эластичен при подготовке специалистов «непрестижных» в определенный момент специальностей и направлений подготовки. Если потребитель образовательной услуги считает, что в сфере его интересов рынок ДПОУ насыщен или нет срочности в его удовлетворении, то спрос будет сформирован как эластичный. Повышение цены дополнительной образовательной услуги приведет к переключению интересов потребителей на других производителей, либо спрос перейдет из разряда реального в потенциальный.

В заключение подчеркнем, что потребитель дополнительной образовательной услуги приобретает ее в зависимости от того, в какой степени ему нужна та или иная ДПОУ, то есть от ее полезности. Отметим, что по теории предельной полезности принцип снижающейся предельной полезности на образовательные услуги не распространяется. Так как образовательные потребности нарастают и развиваются непосредственно в процессе оказания образовательной услуги, в этом и заключается еще одна особенность действия закона спроса на рынке ДПОУ.

Закон предложения — это второй закон рынка выражает математическую зависимость предложения от цены: 1) чем выше цена, тем в большей мере растет предложение со стороны продавцов; 2) чем ниже цена, тем меньше предложение. Эти две закономерности характерны и для рынка ДПОУ.

Особенностью кривой предложения является ее неэластичность в краткосрочном периоде, так как при повышении или снижении цен предложение не изменяется. Что же касается долгосрочного периода, то производители дополнительной образовательной услуги, используя имеющиеся ресурсы, расширяют предложение при увеличении цены, то есть оно становится эластичным. Эластичность предложения в долгосрочном периоде вызывает увеличение численности производителей, а также специальностей и направлений подготовки. Факторы, влияющие на формирование предложения дополнительной образовательной услуги подразделяются на ценовые и неценовые. Влияние ценового фактора на формирование спроса определено нами выше. К неценовым факторам, оказывающим влияние на предложение дополнительной образовательной услуги, относятся следующие: издержки производителей ДПОУ и их число, уровень технологии, совокупность форм обучения и сложившихся дополнительных образовательных услуг и т.д.

Эффективное использование в процессе оказания образовательной услуги достижений научно-технического прогресса и новейших технологий приводит к снижению издержек производства дополнительной образовательной услуги и последующему увеличению ее предложения.

Таким образом, законы спроса и предложения позволяют прогнозировать поведение производителей и потребителей ДПОУ, представляя собой функции факторов, определяющих их изменение.

При **сегментации рынка ДПОУ** в зависимости от основной группы потребителей А. П. Панкрухин выделяет три типа рынков: 1) рынок личностей; 2) рынок предприятий и организаций; 3) рынок органов управления [2, с. 61 — 62]. Также предлагается проводить сегментацию рынка по следующим параметрам: профиль подготовки, длительность оказания услуги, фундаментальность подготовки, глубина специализации, качество услуг, уровень цены, условия оплаты, наличие сопутствующих услуг, конкурентоспособность услуг.

Дополнительные образовательные услуги имеют большее значение для отдельных личностей, чем для предприятий и организаций и не имеют значения для органов управления. Для ДПОУ выделяются как наиболее значимые такие параметры, как профиль подготовки, качество услуг, уровень цены, условия оплаты и наличие конкурентов.

Наиболее эффективной считается многофакторная сегментация, т.е. учёт всех возможных переменных, оказывающих влияние на субъекты рынка.

Подводя итог, следует отметить, что в ситуации рыночного реформирования основополагающим экономическим условием саморазвития системы ДПО и реализации ее миссии в конкретных экономических рамках выступает рынок ДПОУ, чье функционирование и прогнозируемое развитие обуславливает потребность в соответствующем механизме рыночного регулирования с учетом фактора и приоритетов конкуренции.

#### Библиографический список

1. Андреев С.Н., Мельниченко Л.Н. Основы некоммерческого маркетинга. М.: Прогресс-Традиция, 2000. — 256 с.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учеб. пособие для студентов экон. и пед. вузов и фак-тов. — М.: Интерпракс, 1995. — 240 с.
3. Ховард К., Журавлев Г. Принципы экономики свободной рыночной системы (экономики). — М.: Изд-во «Златоуст», 1995. — 230 с.

**ЛИПКИНА Елена Дмитриевна**, кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры «Маркетинг» Омского государственного педагогического университета.

**ЯСТРЕБОВ Александр Сергеевич**, директор НОУ «Институт развития образования», г. Омск, соискатель кафедры «Экономика и менеджмент образования» Омского государственного педагогического университета.

Статья поступила в редакцию 28.02.08 г.

© Е. Д. Липкина, А. С. Ястребов

## ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЦЕННОСТИ ЗДОРОВЬЯ У СТУДЕНТОВ ВУЗА

**Исследование показало, что отношение к здоровью как ценности у студентов нашего вуза не сформировано. Такая позиция проявляется особенно ярко у студентов с ослабленным здоровьем.**

**Отношение студентов к своему здоровью связано с их профессиональным уровнем, так как без сформированных здоровых привычек невозможно стать качественным специалистом и в дальнейшем эффективно работать.**

У каждого человека существует собственная система ценностей, которая представляет собой именно систему, со всеми присущими ей качествами: целостности, постоянством структуры, динамической изменчивости. Структурность, с которой связана характеристика постоянства, проявляется в иерархической соподчиненности различных ценностей. Динамическая характеристика может рассматриваться с точки зрения долговременности: ценности актуальные, наиболее изменчивые и реагирующие на веяния моды, составляющие общественные ценности и ценности, так называемые пролонгированные или стержневые — они наиболее устойчивые образования как личностные, так и общественные, задающие вектор развития общества на длительный временной отрезок и не всегда быстро проявляющиеся [5]. К динамической стороне ценностей относятся процессы их формирования, развития, а также различные влияния как со стороны социума (например, воспитательные воздействия), так и внутренне детерминированные.

Понимание здоровья как одной из ценностей студенческой молодежи может рассматриваться с трех сторон: когнитивной (знаниевый компонент или компетентность), конативной (поведенческий компонент или механизм проявления ценности), атитюдной (отношение, установки, оценки или непосредственно ценностный компонент) [1, с. 59]. Каждая из этих трех составляющих ценности вообще, в том числе и здоровья, не является самодостаточной сама по себе. Выделение их условно, связано с возможностью более детального и глубокого научного анализа.

Рассматривая здоровье как ценность, недостаточно только считать его важным (эмоциональное отношение), надо как можно больше знать о здоровье в целом, о собственном его состоянии, о способах его поддержания, укрепления, восстановления и т.д. (компетентность). Также надо непосредственно быть здоровым, т.е. не болеть и быть все время вялым и апатичным, а иметь опыт активного состояния (сейчас считается, что это состояние творческого подъема или вдохновения, причем не важно в какой области), а также пользоваться действенными для себя способами приведения в такое состояние.

Актуальность вопроса ценности здоровья для студенчества (как и для всего населения России) прослеживается в наличии противоречия между его

высокими ранговыми оценками в качестве ценности, а также поведением студентов, которое отнюдь не является здоровьесберегающим. Такое расхождение эмоционально-оценочной и поведенческой компонент ценностей здоровья говорит о том, что ценность не сформирована, не произошло (или до этого не дошло) интериоризации или внутреннего принятия знаний, и поэтому нет навыков. Когнитивная компонента здоровья нами в статье не будет рассмотрена, но она, по нашим данным, у студентов также не сформирована.

Поведенческая составляющая ценности здоровья проверяется соотношением различных поведенческих характеристик в режиме дня и говорит об ее актуальном проявлении (на сегодняшний день). Приоритеты затрат в ежедневном бюджете времени можно считать сегодняшним «заделом на будущее» у современной студенческой молодежи, по которым можно попытаться просмотреть наметившиеся будущие тенденции.

Наше исследование, проведенное в ноябре — декабре 2006 г. путем опроса 944 студентов 1 — 4 курсов БГТУ им. В. Г. Шухова, касается различных сторон рассмотрения здоровья как ценности у студентов:

— с точки зрения ее актуальности в системе базовых ценностей;

— того, что сегодня студенты думают об отношении к собственному здоровью в будущем;

— а также об отношении к нему в прошлом, в какой степени остальные базовые ценности выступают в качестве причин, определяющих сегодняшнее состояние их здоровья;

— как сами студенты оценивают уровень своего здоровья и как взаимосвязана эта самооценка с системой базовых ценностей;

— насколько самооценка здоровья адекватна медицинской, являющейся критерием распределения студентов по учебным группам для занятий физической культурой (этот показатель можно считать объективным, мы не берем во внимание возможные случаи «купленной болезни», что не является нашей компетентностью и предметом научного интереса);

— насколько студенты оценивают свою готовность, возможности и желание делать что-либо для улучшения состояния своего здоровья;

— а также что они предпринимают уже сегодня и для чего и др.

Бюджет дня студентов БГТУ им. В. Г. Шухова в зависимости от состояния их здоровья, в %

	Больше всего			Много			Меньше всего			На это нет времени		
	все	здоров	ослабл	все	здоров	ослабл	все	здоров	ослабл	все	здоров	ослабл
сон	7,3	10,4	5	28,6	27,4	29,4	50,0	49,6	50,2	6,5	6,5	6,2
питание	5,3	7,7	3,6	28,2	29,1	27,2	48,3	44,1	51,4	4,9	5,8	4,8
работа по хозяйству	3,6	2,4	4,8	22,6	24,2	21,4	38,1	39	37,7	17,8	17,2	18,5
культурные развлечения	7,1	7	6,7	24,2	25,7	23,4	34,2	36,3	32,7	16,9	15,3	18,3
физический отдых	6,1	8,5	4,2	22,1	23,7	21,9	35,5	34,6	36,1	17,2	15,7	18,1
общение с друзьями, встречи	25,7	31	22,4	42,5	41,4	42,9	15,5	14,8	15,9	6,6	4,6	8,9
прогулки	11,9	13,6	11,1	32,7	36,8	30,4	28,5	27,8	29	11,0	8,5	12,7
учебные занятия	36,4	36,1	37,1	41,5	39,2	43,5	12,1	15	10,3	3,2	3,1	3
подготовка к занятиям	17,7	16,7	18,3	39,3	39,7	39,5	22,8	23,2	23	6,4	7,5	5,2
работа	4,9	3,6	5,8	16,0	14,5	16,6	19,6	20,8	18,8	37,1	41,2	34,2
перевезды	1,4	2,4	0,6	7,5	6,1	8,5	22,7	22	23,4	43,5	47	41
спорт, физическая подготовка	4,1	4,8	3,5	20,2	25,9	15,7	36,7	33,9	39,3	21,6	18,2	24,6
уделяю внимание тому, что принято называть «вредные привычки»	3,0	3,6	2,7	6,0	6,5	5,2	18,9	20,8	18	43,6	41,2	45

В данной работе мы рассмотрим только один, последний в этом списке аспект проблемы ценности здоровья для студентов нашего вуза, а именно — поведенческую составляющую или то, как эта ценность проявляется в виде временных затрат в ежедневном распорядке дня студентов. Студентам предлагалось ответить на вопрос: «Как Вы обычно проводите день?». На каждый показатель распорядка дня было предложено четыре варианта ответов: «Больше всего», «Много», «Меньше всего» и «На это нет времени» (табл. 1).

Всех студентов мы разделили на две группы: условно назовем первую «здоровые» — это те студенты, которые на основании данных медицинского осмотра занимаются физической культурой в основном и подготовительном учебном отделении; вторую условно назовем «ослабленные» — занимающиеся в специальном учебном отделении, а также освобожденные от активных занятий.

Приоритеты в бюджете дня отданы следующим видам деятельности, которые мы расположим в порядке убывания:

1. Учебные занятия — 77,9 % голосов в сумме ответов «Больше всего» и «Много», из них максимально важны учебные занятия для 36,4 % всех студентов. Студенты с ослабленным здоровьем на 5,3 % больше здоровых сделали выбор в пользу важности учебных занятий (80,6 % и 75,3 %).

Отрицательные значения каждой переменной показывают, насколько этот показатель игнорируется ради других, более важных ежедневных дел. Так учебные занятия занимают последнее ранговое место, т.е. ими жертвуют студенты в последнюю очередь. И все-таки сумма ответов «Меньше всего» и «На это нет времени» составляет в процентном выражении — 15,3 % от всех студентов (18,1 % — здоровых и 13,3 % — ослабленных), т.е. практически 2 студента из 11 здоровых и 2 — из 15 ослабленных готовы отказаться от

ежедневных учебных занятий в вузе или уделять им времени меньше всего прочего. В целом студенты с ослабленным здоровьем несколько в большей степени готовы уделять время в течение дня учебе.

2. Общение с друзьями и встречи — суммарный показатель ответов «Больше всего» и «Много» 68,2 % от всех студентов, максимально значимо общение со сверстниками для 25,7 % (от всех). Психологические особенности молодежного возраста, начиная с подросткового периода, отличаются естественной высокой степенью важности мнения сверстников. В данном мотиве проявляется актуальная возрастная потребность в близости и любви, которая выражается в поиске единомышленников по взглядам и партнера другого пола. В сравнении двух групп студентов здоровые делают больше выборов на 7,1 %, чем ослабленные (72,4 % и 65,3 %), т.е. наблюдается тенденция некоторого ограничения в общении со сверстниками у вторых. Отрицательные ответы показывают, что 22,1 % (от всех) или более чем каждый пятый (19,4 % — здоровых и 24,8 % — ослабленных) не считает важным общение со сверстниками. Ради каких-то более важных дел эти студенты ограничивают свои естественные для жизненного этапа потребности.

3. Подготовка к занятиям — 57 % голосов по сумме первых двух мест, из них максимально важны учебные занятия для 17,7 % (от всех). Снова студенты с ослабленным здоровьем, хотя и с незначительной разницей, 1,4 %, готовы больше времени готовиться к занятиям, по сравнению со здоровыми (57,8 и 56,4 %). Отрицательных голосов, соответственно, — 29,2 % (от всех), из которых 30,7 % — здоровых и 28,2 % — ослабленных, почти каждый третий студент не считает слишком важным ежедневную подготовку к занятиям (!)

4. Прогулки — в сумме первых двух мест — 44,6 % (всех студентов) и максимально 11,9 %. Здоровые студенты на 8,9 % делают больше выборов в сравнении с ослабленными (50,4 % и 41,5 %). Также увеличивается

Таблица 2

Иерархия жизненных ценностей студентов. Ответ на вопрос: «Кем бы Вы хотели быть в большей степени через 5 лет?»

Ценности	Ответ на вопрос: «Кем бы Вы хотели быть в большей степени через 5 лет?»	все	ранг	здоров	ослабл
1. семья	Человеком, у которого крепка семья	58,3	3	62,2	56
2. благополучия	Материально хорошо обеспеченным	78,0	1	77,7	78,8
3. ценность профессионализма	Профессионалом в своем деле	72,9	2	70,9	75,2
4. ценность физических данных, здоровья	Здоровым, физически сильным	49,9	4	54,7	46,2
5. ценность друга (зей)	Надежным другом	19,4	11	20,6	18,3
6. ценность свободы	Свободным, независимым человеком	39,2	5	38,7	38,5
7. ценность совести	Человеком с чистой совестью	14,8	12	15	15,1
8. ценность радости	Человеком, который умеет хорошо повеселиться и отдохнуть	20,6	10	21,8	19,6
9. ценность предприимчивости	Энергичным, предприимчивым	28,2	6	31,7	26,6
10. ценность авторитета	Человеком, который пользуется большим авторитетом	22,1	9	22,3	20,8
11. ценность справедливости	Справедливым, умеющим постоять за себя	23,2	8	24,9	21,8
12. ценность духовности	Образованным, духовно богатым	23,8	7	22,3	24,6
13. ценность патриотизма	Патристом, настоящим гражданином своей страны	8,2	13	9,2	7,4
14. ценность конформизма	Быть «как все»	0,4	16	0,2	0,6
15. ценность религиозности	Быть «глубоко религиозным человеком»	1,0	15	0,5	1,4
	Другое	1,4	14	1,2	1,6
	Затрудняюсь ответить	0,4	16	0,5	0,4

количество отрицательных выборов, практически доходя до 40 % и опять же за счет не обладающих отменным здоровьем (39,5 % — от всех, из которых 36,3 % — здоровых и 41,7 % — ослабленных. Разница — 5,4 %). Если сложить показатели разницы как положительных, так и отрицательных выборов, получим значение степени согласия/несогласия у двух выделенных групп студентов. В оценке важности прогулок такое различие во взглядах уже довольно значительное — 14,3 %, причем в пользу здоровых студентов. Общеизвестно, что прогулки являются эффективным механизмом восстановления ресурса здоровья и приятного времяпрепровождения, а также возможности для общения, мысленной подготовки к занятиям и т.д. Однако те, кому это даже в большей степени необходимо, пользуются данным способом меньше здоровых.

Следующие параметры, расположенные в порядке убывания степени их значимости для студентов и соответственной временной затратой в ежедневном распорядке дня, показывают близкие средние значения суммы первых двух мест с небольшой убывающей динамикой (начиная с показателя «Сон», 35,9 % (для всех), максимально важно — для 7,3 %; и доходя до показателя — «Работа» — 20,9 % и 4,9 % соответственно).

Среди аутсайдеров — «Вредные привычки» — 9 % (3 % выбрали максимальный вариант ответа «Больше всего» затрат времени в течение дня); и «Переезды» (8,9 % и 1,4 % соответственно).

В целом прослеживаются две ведущие темы: учеба в плане получения будущей профессии (учебные занятия и подготовка к занятиям) и общение (общение с друзьями, также сюда можно включить прогулки). Вторая, скорее всего, является доказательством высо-

кой ориентации на поиск будущего партнера, что отражает выявленную нами из анализа данных по другим вопросам значимость для молодежи ценности семьи — 3-е ранговое место (58,3 %). Материальная обеспеченность занимает 1-е место (78 %), профессионализм — 2-е место (72,9 %), семья — 3-е место (58,3 %) и здоровье — 4-е место (49,9 %) (табл. 2).

Значимость ценности семьи в иерархии базовых ценностей оказалась также ниже у ослабленных по сравнению со здоровыми студентами (56 % и 62,2 % соответственно, разница 6,2 %). Ценность профессионализма несколько выше (75,2 % и 70,9 %, разница 4,3 % с противоположным знаком) (табл. 2). Есть и третья составляющая распорядка дня студента, выраженная гораздо слабее, — своеобразное энергетическое обеспечение возможности учиться и общаться (сон, питание, физический отдых).

Сравнительный анализ данных здоровых и ослабленных студентов показывает снижение значимости для вторых практически всех обозначенных выше параметров ежедневного распорядка дня (табл. 1). Причем самое большое расхождение в пользу здоровых наблюдается по показателю занятий спортом и физической подготовкой. Суммарная разница положительных и отрицательных выборов — 23,3 % (!), что доказывает мнение о физической слабости, нетренированности и одновременно крайне низкой мотивации к улучшению своей физической формы у нынешней молодежи в подавляющем своем большинстве. Среди здоровых студентов уделяют мало времени занятиям физической культурой и спортом или вообще не выделяют его в своем бюджете дня — более половины — (52,1 %), среди ослабленных — более 60 % (63,9 %). Из первой группы здоровых студентов 30,7 % считают достаточно важными свою физи-

ческую подготовку («Больше всего» и «Много») — это практически каждый третий, тогда как среди студентов с ослабленным здоровьем — каждый пятый (19,2 %).

Логично предположить, что студенты с ослабленным здоровьем должны его беречь. Для этого им даже в большей степени, чем здоровым, необходимы положительные регулярные занятия физической культурой и спортом и недопустимы перегрузки. На деле получается порочный круг, когда чем менее активен студент и реже занимается физической культурой и спортом, тем меньше ему хочется это делать, снижается его потребность быть здоровым и мотив что-либо делать ради этого, одновременно появляется самооправдание в ненужности таких занятий.

Наблюдается также значимая разница (сумма положительной и отрицательной разницы) в степени важности для здоровых и ослабленных студентов показателей питания (12,3 %) и физического отдыха (10 %). Причем опять же студенты с ослабленным здоровьем снижают их значимость для себя, соответственно на физический отдых и питание выделяют в течение дня меньше времени и внимания.

Практически по всем показателям, кроме четырех (учебные занятия, работа, подготовка к занятиям и переезды), студенты с ослабленным здоровьем уделяют ежедневного времени меньше здоровых. По таким показателям, как работа и учебные занятия суммарная разница положительных и отрицательных оценок довольно ощутима (13,3 % и 10,1 % соответственно).

Эти данные красноречивы: все, что связано с затратами ресурсов здоровья, выше у тех, у кого они итак не высоки. Напротив, поведенческие характеристики распорядка дня, связанные с возможностью восстановления сил и пополнения резерва здоровья, у ослабленных студентов представлены с временным дефицитом. Студенты с ослабленным здоровьем более односторонни в своем поведении, у них наблюдается явный прагматический крен в сторону функционально значимых сторон — работы и учебы для будущей работы, что, конечно же, обедняет жизнь и сужает кругозор. Для здоровых студентов характерна большая свобода действий, разностороннее поведение. Известно, что чем больше социальных ролей у человека, тем лучше его адаптивные способности, больше его устойчивость, в том числе и психологическая, и, в конечном счете — лучше здоровье.

Объяснить ситуацию можно тем, что здоровым легче дается учеба, у них выше продуктивность мышления. Студенты же с ослабленным здоровьем на учебу и подготовку к ней затрачивают больше времени. Уже на данном этапе исследования можно констатировать инструментальный характер ценности здоровья. Причем для ослабленных студентов здоровье менее значимо, меньше бережется и больше эксплуатируется. Очевидно, для такой стратегии поведения есть объективные социальные причины, которые становятся понятны при дальнейшем анализе данных нашего исследования.

Эти выводы согласуются с мнением Г. Ю. Козиной, что в современных условиях социально-экономической реальности здоровье для молодежи нередко выступает как единственное средство достижения поставленных задач, что делает его все в большей степени объектом эксплуатации [3].

Еще более резко оценивает ситуацию сформированных рискованных стратегий поведения в отношении к собственному здоровью Л. С. Шилова, что проявляется в более жесткой, чем в советские времена,

эксплуатации ресурса здоровья, в позднем обращении за медицинскими услугами, низкой грамотности и информированности в сфере здоровья, отсутствии навыков и привычки профилактики заболеваний, а также в большей распространенности вредных привычек (курение, алкоголь и т.п.). Мотивы такой поведенческой модели как раз связаны, по мнению автора, с трудовой деятельностью, боязнью потерять работу, особенно распространенные в частном секторе. Это приводит к позднему обращению за медицинскими услугами, только в крайних случаях, когда состояние здоровья уже не позволяет работать, а также распространению (70 %) самолечения и обращения к альтернативному лечению. Такой режим крайней формы эксплуатации здоровья и инструментальный характер его ценности в конечном итоге порочен и приводит к эмоциональному длительному напряжению, хронической усталости, не позволяет полноценно восстановить силы, что ведет к развитию или обострению практически всех хронических заболеваний. Это не только низкие показатели здоровья населения, это ведет к ощутимым экономическим потерям и для экономики страны, и лично для работника. Так, чем ниже уровень здоровья, тем меньше восходящая мобильность работника, и наоборот. Автор констатирует недостаточное исследование данного вопроса. Показательно, что наибольший рост показателей смертности отмечен именно у работающего населения [7].

Состояние здоровья студентов является возможностью удовлетворения их физических и духовных интересов в учебе, быте, отдыхе, отражает общекультурный уровень их развития. Очевидно, что хорошее здоровье дает больше таких возможностей, и более оптимистические представления о своей будущности. Известно, что в студенческом возрасте (до 25 лет) продолжается процесс формирования физических качеств. Поэтому в этом возрасте еще можно многое скорректировать в состоянии здоровья. Воспитательные воздействия вузов по актуализации у студентов мотива постоянного стремления повышать свои физические возможности важны для подготовки гармонично развитых специалистов, способных к длительной и высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения, а также — и в дальнейшей профессиональной деятельности, без чего в современном мире не мыслимы высококвалифицированные специалисты. Потенциал вузов высок, но в настоящее время слабо реализуется. Тщательное изучение проблемы здоровья студентов является первым шагом на пути выработки необходимых мер по ее решению.

#### Библиографический список

1. Губогло М.Н. Идентификация идентичности: Этносоциологические очерки / М.Н. Губогло; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. — М.: Наука, 2003. — 764 с.
2. Ивахненко Г.А. Здоровье московских студентов: анализ самоохранительного поведения / Г.А. Ивахненко // Социол. исслед. — 2006. — № 5. — С. 78—81.
3. Козина Г.Ю. Здоровье в ценностном мире студентов / Г.Ю. Козина // Социол. исслед. — 2007. — № 9. — С. 147—149.
4. Максимова Т.М. Социальный градиент в формировании здоровья населения / Т.М. Максимова. — М.: ПЕР СЭ, 2005. — 240 с.
5. Малинаускас Р.К. Динамика ценностных ориентаций литовских студентов / Р.К. Малинаускас // Социол. исслед. — 2006. — № 11. — С. 146—150.



6. Медик В.А. Университетское студенчество: образ жизни и здоровье / В.А. Медик, А.М. Осипов — М.: Логос, 2003. — 200 с.
7. Шилова Л.С. О стратегии поведения людей в условиях реформы здравоохранения / Л.С. Шилова // Социол. исслед. — 2007. — № 9. — С. 102 — 109.

**ПЧЕЛКИНА Евгения Петровна**, старший преподаватель.

Статья поступила в редакцию 11.02.08 г.

© Е. П. Пчелкина

УДК 338.22

**А. Е. МИЛЛЕР**

Омский государственный университет  
им. Ф. М. Достоевского

## СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ИНТРАПРЕНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

**В данной статье вопросы социального развития интрапренерских отношений, рассматриваемые не только с точки зрения «чисто экономического подхода» (контрактных, транзакционных и институциональных теорий), но и в контексте современных социологических подходов. По-новому освещен опыт классического управления в контексте современного развития интрапренерских отношений, которые имеют высокий кумулятивный потенциал для функционирования предпринимательских фирм. Принципиально новым является определение значения и места классической и современной социологии в предпринимательстве, а также определение точек соприкосновения социологических и экономических аспектов в предпринимательстве.**

Экономическая ситуация в России характеризуется переплетением огромного числа социально-экономических, технологических, культурных, политических, организационных и других противоречий разной природы и направленности. Экономика страны отличается дезорганизованным хозяйственным «порядком», наличие которого можно объяснить сочетанием взаимоисключающих хозяйственных характеристик: рыночных тенденций и безусловного стремления отдельных предприятий к монополизму. Результатом этого стало формирование не столько рынка, сколько сложной противоречивой хозяйственной системы, в которой действуют предприятия, ориентированные только на извлечение ресурсов и прибыли. Главные противоречия этого процесса обусловлены дезинтеграцией индустриального развития экономики России.

В условиях современной трансформации хозяйственных отношений в России необходимо формирование нового социально-экономического механизма, сочетающего элементы рыночной экономики с государственным регулированием важнейших экономических и социальных процессов ввиду наличия «особых», коллективных ценностей персонала российских фирм. Это практически всегда имело соответствующее организационное, функциональное, ценностное выражение в хозяйственных решениях. Формирование такого механизма возможно, имея научно-обоснованную концепцию, на основе объективно имеющихся социально-экономических, культурных, организационных, управленческих, предпринимательских, морально-психологических, политических и других национальных ресурсов. Но в России изначально не было условий для развития внутрифирменного предпринимательства. Поэтому один из существенных невостребованных таких ресурсов — это интрапренерский ресурс.

Таким образом, остается нерешенным один из главных вопросов: как осуществляются в производ-

ственной реальности России «новые организационные планы», диктуемые рынком и как внедряется интрапренерство, о чем с недавних пор ведутся интенсивные дебаты в научной среде Запада. С этой целью было проведено сравнительное экономико-социологическое исследование реальных форм разных институциональных моделей интрапренерства в контексте «организационных планов развития» в России и в Германии.

Концептуальная основа заложена в проводимых на Западе дискуссиях вокруг новых «организационных планов развития» фирм. Они учитывают фундаментальные изменения на мировых рынках, которые привели к растущей конкурентоспособности фирм, низким издержкам и удовлетворению все более дифференцированных запросов потребителей. Из этих измененных и более высоких потребностей сегментов рынка проистекает современный кризис «тейлористско-фордовской» производственной функциональной концепции и формулируются новые нормативные требования к исходным принципам предпринимательства, которые базируются на интеграции ранее дифференцированных «тейлоровских управленческих функций». На уровне структуры предприятия уже больше не дискутируется упразднение функций старого разделения труда, необходимость экономизации подразделений предприятия путем внедрения «центров прибыли» и снижения влияния «собственно производства» на функции прибыли — с точки зрения учета и ее весьма весомой контрактной составляющей. Главное — внедрение центров прибыли как внутрифирменного интрапренерства, что стало фундаментальным примером процесса новых организационных изменений.

Необходимость следования условиям рыночной экономики вызвала шоковое состояние персонала исследуемых фирм. Несоответствие имеющейся у нас технологии мировой конкуренции привело к банкротству. Жесткая необходимость выпуска кон-

курентоспособной продукции и снижения цен способствовали резкому сокращению «балласта работников». Рынок способствовал резкому уменьшению объемов работ за счет снижения инвестиций. Многие фирмы не выдерживали конкурентной борьбы по качеству продукции. Решающую роль в кризисе оказал финансовый фактор. В связи с ситуацией экономической нестабильности возникли осложнения с оптимальным планированием. Большие непроизводительные затраты в России всегда были, есть и будут, и никакой рынок это не спасет.

Таким образом, можно сказать, что в целом этими данными подтверждается гипотеза амбивалентности российского управленческого потенциала. Гипотеза заключалась в том, что амбивалентность российского хозяйственного порядка работы фирм означает глубокое взаимное проникновение и одновременно взаимное исключение таких противоположных полюсов глобального противоречия социально-экономического состояния, как ценности экономического традиционализма, связанные с неформальной управленческой культурой и менталитетом по принципу «выполнения плана» предприятия, как и навязанных сверху программ реализации «шоково-рыночной ориентации» производства. Оба полюса несут ценности сохранения ранее достигнутой эффективности, включая экономическую. В конечном счете, хозяйственная целостность оказывается «разорванной», и не в состоянии превратить формальные рыночные ценности в господствующие неформальные. В России именно на неформальных ценностях «держатся» структура, культура, стратегия, организация и мотивация работы фирм и промышленного производства.

Исследование показало, что в России само поле столкновений программ реализации рыночной и дорыночной эффективности — есть глобальное противоречие практически всех хозяйственно-экономических форм развития фирм. Это явление можно описать в терминах хаотичного движения экономики российского общества между крайними полюсами противоречия — одновременно как глубоко уходящего в традиционализм, так и стремящегося выйти за его рамки на основе псевдо-либеральной цивилизации. Но это не только движение между крайними полюсами данного противоречия, но и их взаимопроникновение и взаиморазрушение, обозначаемое термином «амбивалентность бизнеса». Если для либерализма характерна высшая ценность личности как источника творческих инноваций и одновременно ответственность за воспроизводство локальной субкультуры фирмы как целостности, то для российской хозяйственной модели присущ все более дезорганизованный, амбивалентный хозяйственный порядок предприятий. В то же время лучшим рынок дал еще более лучшее, а худших — просто вывел из своего рыночного оборота как «ненужный балласт». Итак, сильное рыночное давление, которому подвержены все фирмы и предприятия — это главный фактор «перемен».

В связи с этим концепция интрапренерства выдвинулась на первый план. Именно с точки зрения этой перспективы были рассмотрены все изменения в структуре, культуре и стратегии предприятий, организации производства и управления, понимаемых в контексте концепции новых «институционально-организационных» планов. Можно констатировать, что сравнительная привлекательность проводимого исследования оказалась достаточно сильной также и потому, что был решен вопрос внедрения интрапренерства, а именно: как лучше проводить реорганиза-

цию фирм и предприятий на базе новых организационных планов с позиций целостной концепции интрапренерско-институционального типа.

Результаты экспертных опросов показали, что в России на уровне высших менеджеров в настоящее время все еще «нет понимания» выгоды для фирмы и для общества внедрения интрапренерского ресурса. Это к тому же требует кропотливого и постоянного отслеживания обратных информационных и материальных потоков на различных организационных уровнях, что позволяет сделать прозрачными, «легализовать» и «просветлить» многие неформальные и даже теневые связи на основе составления продуктовых и полуфабрикатных балансов. Более того, в ходе исследования было выяснено, что чем выше властный уровень российского управленческого звена, тем менее всего ощущается непонимание выгоды интрапренерского ресурса как для фирмы, так и для общества.

Традиционная система организации и управления не только препятствует становлению внутрифирменного предпринимательства, но и стремится «вытолкнуть» появившиеся элементы интрапренерства из структур промышленного хозяйствования фирм России. Это связано с тем, что как технологическая, так и организационная специализация имели «планово-отраслевую ориентацию». А это объективно всячески тормозило продуктивно-рыночное мышление руководства высшего и среднего звена.

Мотивация человека была другой: традиционный ценностный хозяйственный идеал давал высокий эффект от прилагаемых усилий в коллективно-плановой системе работы фирм в промышленности, что соответствовало ценностной ориентации «дорыночной эффективности». Введение рынка привело к шоку представителей высшего управления, но они этот шок поначалу попросту «проигнорировали».

Кроме того, аналогичная ситуация сложилась и в науке: до сих пор считалось кощунственным применять методы микроэкономического современного анализа к изучению того типа социоэкономических моделей, который реально соответствует постсоветской действительности. Логика такова: если в основу микроэкономического подхода положить представление об индивидуальном стремлении к максимизации прибыли, то возможно ли использовать этот подход там, где нет ни движения прав собственности, ни свободных рынков, ни конкурентного рыночного механизма ценообразования. Экономический порядок для многих и неформально, и на юридическом уровне обусловлен жестким запретом на частное владение ресурсами и на свободные рыночные обмены. Проведенное исследование показало, что поле столкновений программ реализации любого «бизнеса» рыночной и дорыночной эффективности — есть глобальное противоречие на уровне практически всех хозяйственно-экономических форм развития промышленных фирм, и это есть ключевая проблема всей России, это проблема ее макро- и микроэкономики.

Если исходить из того, что ключевым фактором технологического развития является система ценностей, которую исповедуют и внедряют в жизнь представители высшего предпринимательского эшелона (топ-менеджеры), то нужно признать, что на микроуровне истинные стимулы эффективного хозяйственного развития лежат именно в сфере их ценностей, их логики принятия решений, их способности совершенствовать эту логику. На макроуровне в массовом порядке духовная сфера общества — на-

ука, образование, культура, ценности хозяйствования, даже находясь под давлением технологических и экономических способов производства, может явиться сильным импульсом для позитивных изменений в экономике. Им может стать и новое мировоззрение, и новая идеологическая направленность, и новая хозяйственная культура. Проблема интрапренерства заключается в этом контексте в том, что существует необходимость исследования самих возможностей личности как носителя типа хозяйственной субкультуры. Потенциал последней измеряется важной способностью сдерживать дезорганизацию и повышать организацию фирмы не только с понятной целью извлечения прибыли, но также решая достаточно сложные, а иногда и опасные, в конечном счете, проблемы современного контрактного ведения бизнеса. Необходимо отметить, что новый тип хозяйственной субкультуры ориентирован на повсеместный рост и развитие самой личности, также связано с реализацией ее идей интрапренерства в фирме.

Решение проблем интрапренерства на уровне развития новых технологий предполагает реализацию принципа учета национальных особенностей на основе исследования национального социокультурного наследия и определения его места в цивилизационных процессах.

Попытка вписать российскую цивилизацию в общемировую «систему координат» в пределах либерально-рыночных рамок без учета сложившейся системы ценностей в российском обществе, на наш взгляд, обречена. Ведь если либеральный идеал, господствующий в развитых странах Запада, связан с повышением эффективности как высшей ценности отдельного индивида, то к традиционным особенностям управленческого сознания российских руководителей относятся такие параметры, как ориентация «на внешний контроль», на технизм, на постоянную недооценку управления нововведениями.

Отсюда выявляется и другой тип проблемы — выгодно ли в России использование опыта Запада? Ведь даже сама западная экономическая наука мало озабочена теми глубокими культурными основаниями, на которые опирается множество хозяйственных решений в бизнесе. Возможно, реальность хозяйственной жизни Запада не создает значимых проблем, которые могли бы быть основой разработки в этой сфере новых подходов. В России дело обстоит иначе. Если Запад решает свои экономические проблемы в рамках сложившихся развитых рыночных отношений, включая интрапренерские, и либеральной культуры, то Россия неоднократно пыталась изменить сами основы хозяйственной жизни, но пока все безрезультатно. Особенно это касается проблем промышленного предпринимательства.

Изучение этой сложной проблемы — возможно и нужно ли вводить элементы интрапренерства в фирмах России, требует анализа предмета, еще не освоенного в социолого-экономической науке, а именно: способности человека порождать потоки качественно новых хозяйственных инноваций, изменить систему своих отношений, формировать на этой основе новые ценности, типы нравственности, новые идеалы. Важная методологическая предпосылка такого изучения — исследование сущности самого субъекта этих процессов, экономического поведения топ-менеджеров и интрапренеров и их ценностей, на основе которых принимаются ключевые решения.

Управление внутренней предпринимательской функцией на Западе сводилось в их концепциях к регулированию нововведений, которые должны осу-

ществлять все: начиная с высших менеджеров фирмы и ее внешних акционеров — до рабочих, а не только внутрифирменных предпринимателей. Интересно отметить, что интрапренеры нередко находили обходные пути получения средств для разработок, создавали целевые группы добровольцев, посвящали массу нерабочего времени исследованиям, добивались результатов и получали поддержку своих проектов у руководства. Но часто подобная разработка новых и нужных идей встречала сопротивление у высших руководителей фирм, особенно в России. Разработка концепции институционального интрапренерства должна была прояснить эту проблему.

Проводя анализ методологической задачи внедрения интрапренерства, западные авторы пришли к выводу о том, что организация работы и межцеховая координация формируют определенный тип информационной структуры и корпоративной культуры, отличный от традиционной модели функциональной иерархии управления фирмы. Идея интрапренерства здесь мыслится в том плане, что вся информационная структура фирмы становится децентрализованной из-за опоры на горизонтальные связи между функциональными подразделениями и автономное решение проблем на уровне групп работников с созданием центров прибыли. Это стало реальным из-за развития многофункциональных навыков у персонала, особенно рабочих, в отличие от системы с жестким разделением труда в функциональных фирмах неотэйлористского типа.

Как показал опыт ведущих фирм Запада, децентрализованная структура интрапренерской фирмы является эффективной в качестве гибкой и быстрой адаптации по отношению к изменяющимся внешним параметрам рынка и необходимости технологических нововведений, что делает такую фирму высоко конкурентоспособной.

В развиваемом контексте методологическая постановка проблемы для разработки прикладных моделей интрапренерства в фирмах России сводится к тому, чтобы определить границы между административным, рыночным и смешанными механизмами координации и контроля на уровнях корпоративной организации, структуры, стратегии, синергии и культуры как оснований институционального интрапренерства. В то время как первый комплекс проблем вытекает из оперативного положения дел (ситуационный подход), необходимо критически распознать меру эффективности воздействия различных инструментов модернизации предприятий: насколько новыми являются те или иные концепции в действительности, и что реально изменяется в структуре деятельности персонала того или иного уровня и статуса, каковы возможности выбора решений в распределении ответственности.

Из современных ситуативных подходов процесса развития организации известно, что структуры фирм и предприятий должны соответствовать ситуации и окружению, в котором находится фирма или предприятие. Тем самым, ситуативные подходы как бы констатируют, что нет универсально эффективных организационных структур. Под отличительными признаками такой ситуации обычно понимаются признаки как внутрипроизводственные, например, программа и технология производства, традиции производства, так и внешние: условия конкуренции, структура клиентской базы, общественные и социокультурные условия. Ситуативный анализ также определяет фирму как рыночного агента, оперативно действующего в условиях неопределенности.

Но концептуальная трактовка фирмы как «рыночного агента», основной целью которого является максимизация прибыли и технологические возможности которого экзогенно задаются в форме производственной функции или функции издержек, — это еще далеко не вся информация о бизнесе. Ведь трактовка феномена, определяющего ситуационные издержки предпринимательской фирмы как чисто технологического процесса, происходящего внутри «черного ящика», оставляет менеджерам, инженерам и предпринимателям задачу исследования событий, происходящих только внутри него, не выходя далеко за ее границы: во внешнюю рыночную среду. Классическая теория фирмы упускает некоторые факторы развития: социокультурные, институциональные или инновационные. Малоисследованными остаются последние достижения современных экономистов по поводу объяснения продуктивности и эффективности работы по микроструктурам рыночной экономики: иерархии как альтернативы рынку; фирмы как коалиции работников и акционеров, а не как собственности акционеров; рыночно ориентированному контракту, как управленческому методу состыковки стимулов; нововведений, как просто «непосредственных» внедренных изобретений различного рода. В России существовала практика — ситуационные и рыночные факторы в производстве практически не учитывались из-за плановой системы хозяйствования.

В то же время вся промышленная и технико-технологическая система поэлементного производства была крайне инерционна. Проблемы инновации были всегда наиболее остры. Рынок требует постоянных новаций и гибкого конкурентного реагирования, иначе любая фирма сразу проигрывает тем производствам, которые имеют большой коммерческий успех.

Сравнительный социокультурный анализ организационных и корпоративных процессов развития показывает достаточное разнообразие форм проявления и ведения бизнеса внутри и вне фирмы в разных странах. Но особое значение для России заключается в том, что на сегодняшний день ее социокультурные механизмы хозяйственной деятельности, не способствуют выживанию фирм. Вместе с тем в экстремальных условиях они обнаруживают прочный ресурсный потенциал, значительно превышающий возможности внедрения интрапренерских отношений в фирмах западных стран.

**МИЛЛЕР Александр Емельянович**, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики, налогов и налогообложения, заслуженный экономист Российской Федерации.

Статья поступила в редакцию 30.04.08 г.

© А. Е. Миллер

УДК 316.354 : 351/354

**О. В. ТРЕТЬЯКОВА**

Тюменский государственный институт мировой экономики, управления и права

## СОЦИАЛЬНОЕ КАРТОГРАФИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

**В данной статье изучен метод социального картографирования как эффективный инструмент социально-культурного проектирования. Представлены результаты контент-анализа официальных сайтов администраций городов. Полученные данные позволили определить роль социального картографирования в системе муниципального управления.**

Динамичное развитие мирового сообщества в последнее время усиливается развитием городов. Общеизвестно, что города обладают самыми перспективными возможностями для обеспечения социального прогресса и мероприятий по улучшению условий окружающей среды на местном, национальном и глобальном уровнях. Города выступают лидерами регионального и в целом федерального развития, в связи с этим в настоящее время, большое значение уделяется муниципальному управлению.

В современной науке муниципальное управление рассматривается не только как управление муниципальной собственностью и хозяйства, но и как управление жизнеобеспечением и жизнедеятельностью всего городского сообщества. Как наиболее гибкая система управления она находится в постоянном поиске наиболее оптимальных моделей, механизмов и инструментов собственного развития, поэтому в настоящее время в системе муниципального управ-

ления отмечается интерес к социальным технологиям, например, таким, как социальное проектирование.

Социальное проектирование как отрасль социологической науки появилось в XX в., когда стало очевидным, что игнорирование социальных аспектов развития чревато серьезными издержками в функционировании современных обществ. На основе анализа существующих в науке теоретических подходов к социальному проектированию [1, 2, 3, 4, 5, 6] нами было выявлено, что методологами социального проектирования основной акцент в его анализе сделан не на структуре, функциях и методах, а на его процессах, связях, взаимодействиях, социально-культурной освоенности, состоянии и качестве. Это позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время учеными окончательно не сформулированы функции социального проектирования и его этапы. Так, например, по Г. П. Щедровицкому, алгоритм проекторочной

Выборочная совокупность крупнейших городов РФ

Таблица

№	Федеральный округ	Город	Население (тыс. ч.)	Примечание
1	Уральский	Тюмень	590,4 (на 1.04.07) <sup>1</sup>	<a href="http://www.tyumen-city.ru">http://www.tyumen-city.ru</a>
2	Дальневосточный	Хабаровск	600 (на 1.01.02)	<a href="http://www.khabarovsk.kht.ru/">http://www.khabarovsk.kht.ru/</a>
3	Приволжский	Оренбург	548,8 (на 2002)	<a href="http://worldgeo.ru/russia">http://worldgeo.ru/russia</a>
4	Северо-Западный	Калининград	430,3 (на 2002)	<a href="http://worldgeo.ru/russia">http://worldgeo.ru/russia</a>
5	Сибирский	Барнаул	649,7 (на 1.01.07)	<a href="http://www.barnaul.org">http://www.barnaul.org</a>
6	Центральный	Рязань	521,7 (на 2002)	<a href="http://worldgeo.ru/russia">http://worldgeo.ru/russia</a>
7	Южный	Краснодар	644,8 (на 2002)	<a href="http://worldgeo.ru/russia">http://worldgeo.ru/russia</a>

деятельности в рамках стратегии преобразования среды включает в себя четыре этапа [1, 413 – 415].

Н. А. Костко, анализируя классификацию Г. П. Щедровицкого, предлагает сократить ее, объединив первые три этапа [2, 176]. Вопросами классификации этапов социального проектирования также занимались И. В. Котляров и Д. Б. Дондурей [3, 58], В. И. Курбатов и О. В. Курбатова [4, 21 – 25].

Другие авторы в изучении социального проектирования смешивают некоторые понятия, так, например, В. А. Глазычев не разделяет этап проектирования и программирования. [5, 125]. А. П. Марков и Г. М. Бирженюк в изучении социокультурного проектирования очень четко определяют этапы разработки региональных социально-культурных программ, не рассматривая этапов проектирования, утверждая то, что «методика прогнозирования во многом совпадает с этапами проектирования. Она предполагает определение объекта прогноза, выявление тенденций и проблем его развития, анализ факторов, определяющих как негативные, так и позитивные тенденции его изменения, создание модели объекта путем определения системы показателей и параметров, отражающих его структуру, проекцию модели в будущее с учетом объективных и субъективных факторов» [6, 142].

Мы считаем, что основным критерием для разграничения процесса проектирования является функционально-временная последовательность его осуществления. Воспринимая социальное проектирование как инструмент муниципального управления, мы выделяем три этапа. Первый этап заключается в разработке прогнозно-нормативной модели идеального должностования. Второй этап предполагает интерпретацию модели в ее операциональное состояние из образа в образце, что, в свою очередь, представляет возможность создания конкретных планов, программ управленческого действия. Вместе с тем после создания прогнозно-нормативной модели процесс проектирования не заканчивается, мы выделяем третий этап. Таким образом, наша классификация включает предпроектный, разработку проекта и постпроектный этапы социального проектирования.

Применение социального проектирования в системе муниципального управления предполагает использование целого ряда инструментов. Одним из наиболее современных инструментов является социальное картографирование, однако в настоящее время он используется крайне редко. Цель данной статьи показать преимущество данного инструмента в практике муниципального управления.

Объектом исследования выступила информационная система управления на муниципальном уровне,

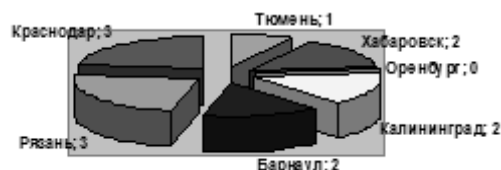


Рис. 1. Количество упоминаний об использовании карт социальных явлений и процессов в материалах, размещенных на официальных сайтах администраций городов

предметом — инструментальный и содержательный анализ роли социального картографирования в системе муниципального управления. Методом исследования нами был выбран контент-анализ.

Для анализа были отобраны 20 крупнейших городов Российской Федерации с населением от 500 тыс. до 1 млн человек, наиболее близких по численному составу населения с городом Тюмень. Исключение — Калининград (население 430,3 тыс. человек), так как в Северо-западном федеральном округе, следующим городом по населению, является Санкт-Петербург (город-миллионник), который не может быть включен в наше исследование. Таким образом, генеральная совокупность составляет 21 город. Выборочная совокупность представлена семью городами — по одному от каждого федерального округа (случайная выборка) (табл.).

Единицей наблюдения стали официальные сайты администраций выбранных городов РФ. Сайты анализировались по следующим показателям: количество упоминаний об использовании карт социальных явлений и процессов в материалах размещенных на сайте, сферы применения метода социального картографирования, наличие карты города в свободном доступе, участие города в геоинформационной системе. Эти показатели были нами выделены специально, так как, по нашему мнению, именно они отражают наличие или отсутствие самого метода социального картографирования в деятельности муниципальных органов власти. Они основаны на использовании современных информационных технологий и затрагивают различные сферы деятельности.

Материалы сайтов выбранных единиц наблюдения позволили определить первый показатель «количество упоминаний об использовании карт социальных явлений и процессов в материалах размещенных на сайте». В ходе контент-анализа было выявлено, что из семи выбранных объектов, только на сайте одного города отсутствовали факты, подтверждающие наличие интересующей нас темы исследования (Оренбург 0 %). В 2-х городах — по 3 упоминания Краснодар

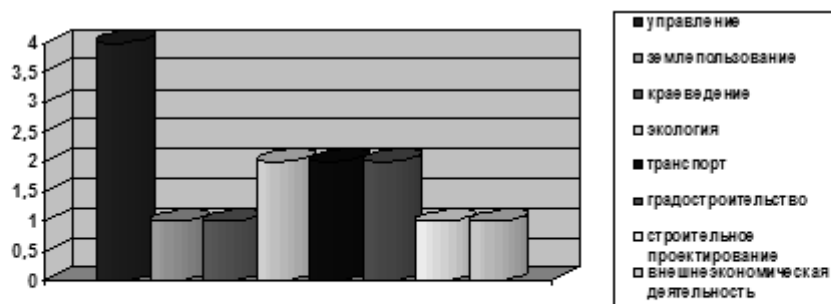


Рис. 2. Применение картографирования в различных сферах

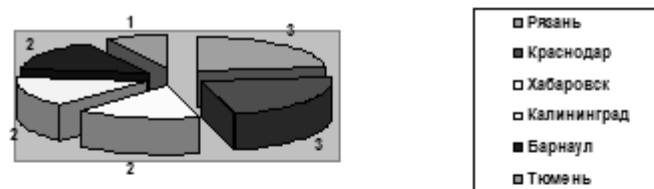


Рис. 3. Распределение сфер применения картографирования по городам

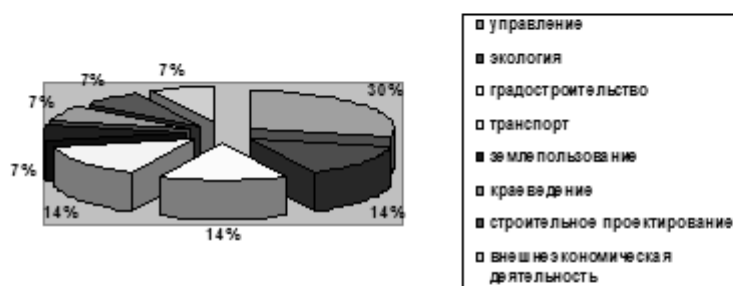


Рис. 4. Процентное соотношение применения картографического метода по сферам управленческого действия

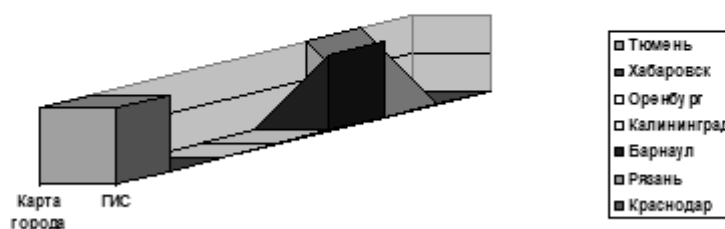


Рис. 5. Использование современных технологий в решении задач муниципального управления

(23,5 %), Рязань (23,5 %), что составляет 47 % от общего числа. В 3-х городах — по 2 упоминания: Хабаровск (15 %), Калининград (15 %), Барнаул (15 %) — 45 %, и в Тюмени — одно упоминание (8 %) (рис. 1).

По данным исследования было определено, что муниципальное управление использует первоначальное картографирование в то время, как информация социального характера представлена отдельными блоками, схемами и матрицами, отражающими некоторые показатели социально-экономического положения территории на конкретный момент времени. Данные показатели в динамике представлены крайне редко. Все это характеризует отсутствие общих целей муниципального управления и единой методики социального картографирования.

Российская картография старается отображать возрастающие потребности общества в комплексном картографическом обеспечении науки, населения, органов управления и народнохозяйственной практики. Это подтверждается тем, что в шести городах ме-

тод картографирования присутствует в различных сферах. Сфера управления представлена четырьмя городами: Тюменью, Хабаровском, Барнаулом и Рязанью, экология двумя — Калининградом и Рязанью, градостроительство двумя — Рязанью и Краснодаром, транспорт двумя — Барнаулом и Рязанью и сферы землепользования, краеведения, строительного проектирования и внешнеэкономической деятельности — по одному городу (Хабаровск, Калининград, Краснодар) (рис. 2). Кроме того, многие вопросы муниципального управления рассматриваются в совокупности с актуальными проблемами других сфер, например, экологии и градостроительства. Это говорит о том, что только мониторинговой информации сегодня не достаточно, так как она не является достаточной для принятия тех или иных управленческих решений. Поэтому в настоящее время идет поиск совмещения точек соприкосновения различных сфер, их возможного эффекта взаимодействия, а также формирования новой прогностической информации.

В новых условиях постепенно налаживается разработка новых видов и типов карт населения и хозяйства, насыщение карт новой экономической, социальной и экологической информацией. Об этом свидетельствует то, что органы муниципального управления городов Рязани и Краснодара метод картографирования используют в трех и более сферах: управление, экология, градостроительство, транспорт, строительное проектирование, внешнеэкономическая деятельность. В трех городах задействуют рассматриваемый метод в двух сферах: Хабаровск — в управлении и землепользовании, Калининград — в краеведении и экологии, Барнаул — в управлении и транспорте. Властные структуры города Тюмени используют данный метод в управлении (рис. 3). В последнее время в связи с большим значением экологии создаются экологические карты, включающие комплексную оценку естественных свойств среды, влияния производства и жизнедеятельности населения на среду и меры, предпринимаемые для ее защиты. Это одна из попыток применения социального картографирования как метода наложения различных карт и построения модели выхода из проблемных ситуаций на их основе. Можно отметить, что в целом заметно усиливаются позиции социального картографирования, и центр внимания постепенно переносится с отраслей производства на человека, характеристику его социального благополучия и здоровья.

По второму показателю «сферы применения метода социального картографирования», можно сделать вывод о том, что отмечается значительное расширение сфер применения карт, введение новых сюжетов, отражающих интерес к бурно развивающимся отраслям производства и новым явлениям социально-культурных процессов. Наиболее востребованной сферой применения картографического метода является управление — 30 %; экология, градостроительство и транспорт по 14 % и, наиболее редкими — землепользование, краеведение, строительное проектирование, внешнеэкономическая деятельность — по 7 % (рис. 4).

Такие показатели, как «наличие карты города в свободном доступе» и «участие города в геоинформационной системе», по нашему мнению, можно объединить в один блок, так как они представлены не всеми единицами наблюдения. В двух городах (Тюмень и Рязань) на официальном сайте города присутствует карта города. Также два города (Тюмень и Барнаул) участвуют в Географической информационной системе «ДубльГИС» (рис. 5), то есть они имеют интерактивную карту, объединенную с городской справочной системой. Таким образом, можно отметить, что в городе Тюмени в практике муниципального управления современные технологии используются в большем объеме по сравнению с другими городами.

Сегодня в практику муниципального управления широко внедряются электронные базы данных, глобальные и локальные информационные сети, картографические навигационные системы и другие ин-

формационные технологии. В настоящее время в России действуют современные геоинформационные системы, которые можно использовать в качестве базовых, как полевою площадку для реализации целей социального картографирования. Наличие готового программного обеспечения, а также опыта формирования баз данных и первичного размещения информации может оказаться полезным в практике муниципального управления.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что в крупнейших городах России в рамках федеральной целевой программы «Электронная Россия» начата работа, делаются первые шаги в направлении использования современных информационных технологий, затрагивая различные сферы деятельности муниципальных органов власти. С одной стороны, такое широкое включение метода социального картографирования в систему муниципального управления является позитивным, с другой — свидетельствует об отсутствии единого видения целей, возможностей и перспектив использования данного инструментария. Все это характеризует актуальность и новизну социального картографирования в системе муниципального управления.

#### Примечание

<sup>1</sup> Некоторые официальные сайты администраций городов не обновлялись с момента создания (до 2002 г.).

#### Библиографический список

1. Щедровицкий, Г.П. Избранные труды / Щедровицкий Г.П. — М. : Шк. культ. полит., 1995. — 800 с.
2. Костко, Н.А. Прогнозно-нормативное проектирование в системе социального управления развитием региона : дис. ... докт. социол. наук : (22.00.08) / Костко Н.А. — Тюмень : ТГНГУ, 2004. — 397 с.
3. Котляров, И.В. Теоретические основы социального проектирования / Котляров И.В. — Минск : Наука и техника, 1989. — 186 с.
4. Курбатов, В.И. Социальное проектирование / Курбатов В.И., Курбатова О.В. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. — 416 с.
5. Глазычев, В.Л. Язык и метод социального проектирования / Глазычев В.Л. // Социальное проектирование в сфере культуры: методологические проблемы. — М. : НИИ культуры, 1986. — С. 115 — 129.
6. Марков, А.П. Основы социокультурного проектирования / Марков А.П., Бирженюк Г.М. — СПб. : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 1997. — 258 с.

**ТРЕТЬЯКОВА Оксана Владимировна**, старший преподаватель кафедры маркетинга и регионоведения.

Статья поступила в редакцию 15.04.08 г.

© О. В. Третьякова

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ<sup>1</sup>

**Исследования, осуществляемые в течение более десяти лет в Белгородской области, позволяют сделать вывод о том, что для совершенствования системы управления государственной молодежной политикой на региональном уровне необходимо формирование эффективно действующей системы кадрового обеспечения, при котором целесообразно использовать программно-целевой подход, выражающийся в кадровых программах и планах.**

Выработка и реализация государственной молодежной политики в регионе требуют формирования эффективно действующей системы кадрового обеспечения, в процессе функционирования которой происходит постоянное пополнение государственной и муниципальной службы молодыми квалифицированными работниками, обеспечивается их непрерывное профессиональное развитие. Это необходимое условие эффективного функционирования органов по молодежной политике, позволяющие им решать как среднесрочные, так и долгосрочные цели, осуществлять разработку и реализацию молодежных программ.

По нашему мнению, многие просчеты в молодежной политике объясняются, в первую очередь, недостаточной оптимальностью кадрового состава осуществляющих ее структур. А то, что такие просчеты имеют место, подтверждается результатами социологических исследований.

В частности, социологическое исследование «Социальное аутсайдерство молодежи в Белгородской области: причины, механизмы и социальные следствия», осуществленное в рамках гранта РГНФ (руководитель В. П. Бабинцев) дает основание утверждать, что белгородская молодежь довольно скептически воспринимает реализующуюся в области государственную молодежную политику. 16,4 % считают ее эффективной, соответствующей интересам большинства молодежи; 36,4 % — относительно эффективной, соответствующей интересам отдельных групп молодежи. Еще 16,4 % рассматривают ее как неэффективную. При этом велика доля затруднившихся ответить на вопрос. И, к сожалению, только 27,8 % респондентов ощутили на себе результаты молодежной политики в области.

Под кадровым обеспечением государственной молодежной политики мы понимаем систему мер по выявлению, отбору, подготовке, повышению квалификации, переподготовке кадров и созданию кадрового резерва работников, занятых в данной сфере. Кадровое обеспечение молодежной политики является элементом государственной кадровой политики, поэтому характер возникающих в органах по молодежной политике проблем, хотя и имеет «молодеж-

ную специфику», тем не менее обуславливается общими тенденциями развития системы государственного и муниципального управления [1, с. 12].

В содержательном плане кадровое обеспечение государственных и муниципальных органов по молодежной политике включает в себя реализацию многих мер (организационных, образовательных, экономических, правовых и др.), специально направленных кадровых процессов: прогнозирования и планирования подготовки кадров, обновления, сохранения преемственности и стабилизации служащих, их профессионального развития, стимулирования качества труда и служебного продвижения и др. В каждом из них существуют свои связи и отношения, закономерности и тенденции развития. При этом суть кадрового обеспечения заключается в опережающем наращивании численности специалистов, опытных чиновников для обновления и оптимизации состава государственных и муниципальных служащих, в формировании нового поколения управленцев, особенно для приоритетных в сегодняшних условиях отраслей государственного управления, новых государственных органов.

Важнейшими компонентами системы кадрового обеспечения органов по делам молодежи, придающих ей целостность, упорядоченность, является определение целей (стратегии) и задач этого управленческого воздействия, программы и перечня практических мероприятий, механизмов и технологий реализации задач и программ.

Решение ни одной из перечисленных задач невозможно без предварительной социальной диагностики состояния кадров ГМП, которая на региональном уровне должна носить системный (мониторинговый) характер. Внедрение подобной системы было одной из задач управления молодежной политикой в Белгородской области во второй половине девяностых годов прошлого века. К сожалению, едва только сложившаяся практика мониторинга в дальнейшем не была поддержана руководством органов по делам молодежи. Однако она позволила выявить ряд проблем кадрового обеспечения ГМП, которые носят хронический характер и сохраняются до настоящего времени. К ним относятся следующие:



— в кадровой политике велика роль случайных факторов при реализации кадровой политики в отрасли. Работой с молодежью пока еще нередко занимаются люди, профессионально не готовые к этой деятельности. Диагностируется низкий уровень организационных и коммуникативных способностей работников молодежных структур. Ощущается явный недостаток квалифицированных специалистов в области управления и администрирования в молодежной среде;

— до настоящего времени отсутствуют четкие критерии оценки кадров молодежной политики. Между тем, в числе задач административной реформы находится разработка системы показателей и индикаторов такой оценки. При этом очевидна крайняя сложность ее решения в силу отсутствия необходимых теоретических и методических обоснований;

— специалисты по делам молодежи недостаточно ориентированы на профессиональное самосовершенствование и профессиональное развитие, многие из них не видят перспектив своей деятельности. Система переподготовки молодежных кадров, к сожалению, пока не сложилась;

— недостаточно эффективной остается практика стимулирования труда работников, формирования мотивации к результативному труду; условия их труда и его оплата неадекватны характеру решаемых задач;

— для современной кадровой ситуации в структурах ОМП характерен ложный стереотип в отношении специалиста по работе с молодежью. В силу традиции он нередко отождествляется с «комсомольским работником» и якобы должен соответствовать этому образу на практике. В свете такого представления время работы в структурах по делам молодежи вольно или невольно ограничивается так называемым «молодежным возрастом», по завершению которого специалисту молчаливо предлагается менять работу. Однако нет никакой гарантии, что карьера работника будет продолжена на государственной или муниципальной службе;

— сохраняются элементы бюрократизма и формализма в работе органов по молодежной политике. Казалось бы, в работе с молодежью, ориентированной на постоянный контакт с людьми, существует множество «противоядий» от бюрократизма. Однако практика показывает, что формализм и бумажотворчество все чаще становятся элементами функционирования молодежных структур. В последнее время, по нашим наблюдениям, сформировался своего рода «бюрократизм мероприятий». Он выражается в проведении огромного количества мероприятий, акций, позволяющих отчитаться о своей работе, но не имеющих реального эффекта;

— относительно узким является резерв кадров молодежной политики, в том числе и потому, что селекционная работа в молодежной среде носит преимущественно эпизодический характер.

Безусловно, за последние годы произошли заметные позитивные изменения кадрового потенциала государственной молодежной политики на федеральном и региональном уровне. Так, кадровый ресурс сферы молодежной политики Белгородской области составляет 541 специалист. В регионе действует молодежное правительственное учреждение, в котором перспективные молодые люди получают опыт управленческой деятельности и включаются в процесс разработки и реализации социально-экономических проектов и программ.

На базе Белгородского государственного университета уже четыре года ведется профессиональное

обучение студентов по специальности «Организация работ с молодежью».

Но, признавая данные достижения, необходимо не забывать о наличии ряда проблем, речь о которых шла выше. Понимание их причин и оценка перспектив их решения представляют собой основу кадровой молодежной политики.

Очевидно, что управлять развитием кадрового потенциала ГМП на региональном уровне следует не только на основе интуиции и здравого смысла, но, прежде всего, используя выводы и рекомендации современной науки. Кадровым процессам в сфере государственной молодежной политики важно придать максимально технологический характер, регулируя их на основе применения правил и принципов, обязательных для успешной кадровой политики.

В основе кадровой политики в сфере ГМП должен лежать программно-целевой подход. Он предусматривает: определение перспективных и промежуточных целей развития организации; формулировку основных направлений достижения целей; разработку критериев определения и выбора конкретных путей, средств и задач реализации стратегических направлений развития; разработку программ, подпрограмм решения стратегических задач в рамках имеющихся возможностей ресурсного обеспечения; предложение конкретных мероприятий, обеспечивающих реализацию стратегии развития в рамках оперативнотехнического управления; определение этапов и сроков исполнения; обеспечение механизма увязки процесса реализации программы с текущим и среднесрочным планированием.

Решение задач кадрового обеспечения органов по делам молодежи на региональном и местном уровне на программной основе возможно на основе реализации таких принципов, как:

— *гостаточность*, заключающаяся в определении количественного и качественного состава ОДМ в зависимости от объема и содержания их функций и компетенции, от способности имеющихся работников своевременно и оптимально обеспечить реализацию этих функций;

— *профессионализм*, требующий наличия у работников специализированного образования. В данном отношении выпускники вузов региона по специальности «Организация работы с молодежью» являются существенным фактором разработки, реализации и корректировки кадровой политики в ОДМ;

— *экономическая возможность* государства содержать аппарат управления государственной молодежной политикой, обеспечивать лучшие условия для служебной деятельности его сотрудников, их социальной защиты;

— *обеспечение профессионализма* деятельности ОДМ, его постоянного развития и обогащения, создания эффективно действующего коллектива сотрудников;

— *обеспечение стабильности состава* кадров отрасли при его рациональном обновлении, притоке новых сил, особенно молодого возраста.

Исходя из указанных принципов и анализа актуальных проблем в сфере кадровой политики ОДМ, основными задачами, которые необходимо решить в настоящее время в целях ее оптимизации, являются:

1) формирование качественно нового кадрового корпуса ОДМ: а) за счет пополнения и частичного обновления состава работающих, освобождения от слабо подготовленных сотрудников, случайно попавших людей; б) развития и обогащения у значительной части работников отрасли современных професси-

онально значимых качеств на основе введения непрерывного повышения квалификации в образовательных учреждениях, по месту работы и в рамках самообразования, развития самовоспитания и самоорганизации;

2) более рациональное использование кадров ОДМ, их расстановка в соответствии со способностями и профессионально-квалификационной подготовкой, стимулирование качества и эффективности труда служащих, планирования и реализации их карьеры (служебного роста) [2, с. 188];

3) формирование системы мотивации к профессиональной деятельности у выпускников по специальности «Организация работы с молодежью», ориентация их на работу именно в сфере молодежной политики, на постоянное повышение уровня профессиональной компетентности.

Принципиально важно отметить, что система кадрового обеспечения государственной молодежной политики не должна строиться в расчете на решение только текущих задач, тем более из конъюнктурных соображений. В этой деятельности исключительно важно стратегическое видение, осознание новых перспективных тенденций развития кадрового корпуса, прогнозирование будущих потребностей общества в кадрах определенной специализации и квалификации. Поэтому практика кадровой работы должна быть научно обоснованной, перспективной, с учетом динамично возрастающих требований к кадрам. Причем стратегические цели и приоритеты важно перевести на язык практических действий, выразить в кадровых программах и планах. Это позволит ограничить стихийность кадрового обеспечения усилить его упреждающий характер.

В связи с этим практическую значимость приобретает обеспечение системности, согласованности задач и приоритетов государственной кадровой политики с определением принципов, механизмов и технологий их реализации.

В Белгородской области была принята и действовала программа кадрового обеспечения системы государственной молодежной политики и формирования молодежного кадрового резерва государственной и муниципальной службы «Молодежный региональный кадровый резерв». Она была рассчитана на 2004–2005 годы и предусматривала работу по следующим направлениям.

1. Отбор перспективных молодых людей в школах, лицеях и колледжах области, который необходимо вести в образовательных учреждениях и на предприятиях области.

2. Предварительная подготовка отобранных молодых людей к будущей профессиональной деятельности. Предварительную подготовку потенциальных кандидатов целесообразно осуществлять ежегодно.

3. Содействие в получении профессионального образования. Реализация данного направления деятельности предполагает: подготовку кадров по специальности «Организация работы с молодежью»; обеспечение прохождения практики для данной категории обучающихся в молодежных государственных и муниципальных структурах; привлечение студентов для практической работы по реализации молодежной политики в области.

4. Приобретение потенциальными кандидатами навыков практической управленческой деятельности в ходе работы в молодежном правительстве Белгородской области и в молодежных общественных объединениях.

5. Организация профессиональной переподготовки и повышения квалификации действующих управ-

ленческих кадров молодежных структур. Предусматривает оценку необходимости повышения квалификации и переподготовки действующих кадров молодежных структур.

6. Подготовка кадров лидеров для молодежных общественных объединений.

7. Диагностика кадрового потенциала. Она предусматривает осуществление мониторинга кадрового потенциала молодежной политики в области по следующим направлениям: а) оценка потребности в кадрах молодежной политики; б) выявление потенциальных кандидатов для работы в молодежных структурах; в) оценку уровня профессиональной подготовки действующих кадров; г) анализ эффективности кадровой политики; д) определение перспективных направлений кадрового менеджмента.

8. Научно-методическое обеспечение кадровых процессов, предполагающее разработку и издание научно-методических пособий по работе с кадрами молодежной политики [3, с. 145].

По нашему мнению, для формирования эффективной кадровой молодежной политики необходима, прежде всего, координация деятельности органов государства, образовательных и научно-исследовательских учреждений, негосударственных и других структур, работающих в сфере реализации государственной молодежной политики на федеральном и региональном уровнях.

В настоящее время крайне необходимо сформировать систему довузовского, вузовского, послевузовского уровней подготовки специалистов как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации. В свою очередь, это предполагает:

— разработку теоретических и методических основ развития и совершенствования системы подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров;

— развитие инфраструктуры отрасли, разработку положений о службах, центрах, учреждениях молодежной политики;

— описание существующих и новых должностей, определение статуса работников молодежной сферы;

— разработку профессиограмм существующих и новых специалистов, стандартов и моделей организации их деятельности;

— долгосрочное планирование объемов подготовки работников сферы молодежной политики со средним и высшим профессиональным образованием; расширение системы дополнительного профессионального образования;

— обеспечение подготовки, переподготовки и стимулирования деятельности лидеров молодежных и детских общественных объединений;

— разработку и внесение изменений в классификатор направлений и специальностей высшего и среднего профессионального образования;

— разработку концепции и методики проведения аттестации специалистов по работе с молодежью;

— внесение предложений о мерах социальной защиты и стимулированию оплаты труда специалистов подростково-молодежных клубов и социальных служб;

— разработку проектов государственных образовательных стандартов, базовых учебных планов и программ для подготовки, переподготовки, повышения квалификации кадров для органов и учреждений молодежной политики.

— проведение Всероссийского конкурса образовательных программ и методического обеспечения подготовки и переподготовки кадров для молодежной политики;

— экспериментальное обоснование и апробацию проекта создания межведомственных учебно-методических центров для совместного обучения специалистов, работающих в смежных отраслях и ведомствах, по актуальным аспектам социализации подрастающего поколения.

Осуществление проекта, на наш взгляд, создаст прецеденты действенного эффективного сотрудничества различных ведомств и организаций в подготовке кадров и решении проблем социального становления молодых россиян.

#### Примечание

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке Минобрнауки РФ в рамках реализации аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы» на 2008 г. Проект: «Формирование региональной системы кадрового обеспечения молодежной политики в условиях административной реформы», научный руководитель — доктор философских наук, профессор Бабинцев В. П.

#### Библиографический список

1. Беспаленко, П.Н. Кадровое обеспечение государственной молодежной политики (на материалах Белгородской области) [Текст] / П.Н. Беспаленко, В.М. Захаров, О.В. Соловьев. — Белгород : Белгородский филиал Орловской региональной академии государственной службы, 2002. — 211 с.
2. Сулемов, В.А. Государственная кадровая политика в современной России: теория, история, новые реалии : монография / В.А. Сулемов. — 2-е изд. — М. : Изд-во РАГС, 2006. — 344 с.
3. Бабинцев, В.П. Кадры по-прежнему будут решать все [Текст] / В.П. Бабинцев, В.М. Захаров // Государственная служба. — 2006. — № 2. — С. 139–145.

**БОЯРИНОВА Ирина Владимировна**, аспирант, ассистент кафедры социальных технологий.

Статья поступила в редакцию 12.03.08 г.

© О. В. Третьякова

## Книжная полка

**Бояркин, Г. Н. Основы бизнеса [Текст] : конспект лекций / Г. Н. Бояркин, О. Г. Шевелева ; ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. — 55 с. : рис., табл. — Библиогр.: с. 55. — 44.**

Данный конспект лекций включает теоретико-методологический материал по дисциплине «Основы бизнеса». Рассматриваются объекты и субъекты бизнеса, виды предпринимательского бизнеса. Особое внимание уделено вопросам современного бизнеса, организации предпринимательской деятельности, маркетинга в системе бизнеса. Предназначен для студентов специальности 080801 (351400) «Прикладная информатика в экономике», изучающих курс «Основы бизнеса» в качестве специальной дисциплины.

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

E mail: libdirector@omgtu.ru.

**Рузанов, П. В. Экономика и управление производством [Текст] : конспект лекций / П. В. Рузанов, А. Г. Лапкина ; ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. — 28 с. : рис. — Библиогр.: с. 27–28.**

В данном конспекте лекций рассматриваются ресурсные, финансовые, трудовые, технологические и организационные составляющие обеспечения деятельности производства. Особое внимание уделено вопросам управления производством, финансовой деятельности предприятия, а также вопросам налогообложения предприятий в Российской Федерации. Курс лекций носит межотраслевой характер, учебный материал соответствует образовательному стандарту по данной специальности.

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

E mail: libdirector@omgtu.ru.

**Институциональная экономика [Текст] : сб. заданий / ОмГТУ ; сост. Е. В. Савченко. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. — 36 с. : табл. — Библиогр.: с. 35–36.**

Институциональная экономика — научное направление современной экономической мысли, исследующее проблемы экономической теории и хозяйственной практики в их взаимообусловленности с институциональными изменениями. Представленный сборник заданий содержит тесты и задания к дисциплине «Институциональная экономика», который позволят студентам лучше усвоить теорию и научиться решать практические задачи. Пособие предназначено для студентов экономических специальностей.

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

E mail: libdirector@omgtu.ru.

**Чибикина, Т. В. Экономика недвижимости [Текст] : конспект лекций / Т. В. Чибикина ; ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2007. — 55 с. : табл. — Библиогр.: с. 53.**

В конспекте лекций рассматриваются понятие, признаки, сущность и классификация недвижимости; функции и основные характеристики рынка недвижимости; основные операции рынка недвижимости и их законодательное регулирование, а также методы оценки различных объектов недвижимости. Особое внимание уделено вопросам налогообложения и страхования недвижимости, а также кредитованию и оценке стоимости недвижимости. Пособие предназначено для студентов, аспирантов и преподавателей экономических вузов, слушателей школ бизнеса, экономистов, менеджеров и др.

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

E mail: libdirector@omgtu.ru.