Sporto edukologijos fakultetas
Sporto vadybos, ekonomikos ir
sociologijos katedra

MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos

MOKSLINIŲ STRAIPSNIŲ RINKINYS

Kaunas
2017

MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos

Mokslinių straipsnių rinkinys (elektroninis leidinys)

Sudarė Biruta Švagždienė

Maketavo Giedrė Gudaitytė

Kiekvieną straipsnį recenzavo 2 atitinkamos srities mokslininkai

Autorių kalba netaisyta

ISSN 2345-007X

© Lietuvos sporto universitetas

TURINYS

MOKSLINIS KOMITETAS 6

Aleknavičiūtė Karolina, Simanavičius Artūras, Ūsas Antanas

KULTŪRINIO TURIZMO PLĖTROS SVARBA ATVYKSTAMAJAM TURIZMUI: LIETUVOS ATVEJIS 7

Bartnikaitė Miglė, Simanavičius Artūras

IŠVYKSTAMOJO TURIZMO VARTOTOJO ELGSENOS POKYTIS: TERORIZMO ATVEJIS 14

Бортников Евгений, Будько Марина

ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАПОРОЖСКОГО КРАЯКАК ОСНОВА ПРОИЗВОДСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА 22

Belosluttceva-Scheppler Valeriia , Belosluttceva Liudmila

SYNERGY EFFECT MEASUREMENT OF MERGERS AND ACQUISITIONS 31

Бортникова Анастасия

ТУРИЗМ КАК КАТАЛИЗАТОР ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ И СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО РАЗНООБРАЗИЯ 36

Савченко Светлана

НАУЧНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ ЭВОЛЮЦИИ ЦИВИЛИЗАЦИИ – ОТ «ОБЩЕСТВА ЗНАНИЙ» К «ОБЩЕСТВУ ИННОВАЦИЙ» 44

Черныш Татьяна

ФОРМИРОВАНИЕ ГУМАНИТАРНОГО КАПИТАЛА КАК УСЛОВИЕ САМОРАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ МЕТОДОЛОГИЯ 52

Druktenytė Justina, Jesevičiūtė-Ufartienė Laima

ELEKTRONINĖS PARDUOTUVĖS PATRAUKLUMO VARTOTOJAMS FORMAVIMO TEORINIAI ASPEKTAI 60

Ganelinas Aidas Aurelijus, Glušakovas Artūras, Pinkevičius Tautvydas, Jankauskaitė Simona, Tamelis Juras

KROVINIŲ, GABENAMŲ GELEŽINKELIŲ TRANSPORTU Į KAUNO LEZ TERITORIJĄ, POREIKIO TYRIMAS 64

Ivaškienė Vida, Markevičius Vytautas

KOKIE MOTYVAI SKATINA STUDENTŲ (vaikinų ir merginų) FIZINĮ AKTYVUMĄ? 71

Ivaškienė Vida, Murauskas Vincas

BOKSININKŲ AGRESIJOS RAIŠKA AMŽIAUS ASPEKTU 76

Katasanovas Vytautas

SPORTO KOMANDŲ KOMUNIKACIJA SU GERBĖJAIS SOCIALINIUOSE TINKLUOSE 86

Кириченко Николай

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ СЕТЕВОЙ ОНЛАЙНОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ 94

Koroleva Nadezhda

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИЗМ 102

Литвиненко Татьяна

РЕБЕНОК КАК СУБЪЕКТ ЖИЗНЕТВОРЧЕСТВА И HOMO LUDENS 111

Maciulevičius Laurynas, Fominienė Vilija Bitė, Maciulevičienė Edita

SPORTO MOKYKLŲ TRENERIŲ DARBO MOTYVACIJOS VERTINIMAS (KAUNO M. MOKYKLŲ PAVYZDŽIU) 116

Mejerytė-Narkevičienė Kristina

UNIVERSITETŲ IR VERSLO BENDRADARBIAVIMO PRIVALUMAI TOBULINANT STUDIJŲ TURINĮ 124

Мельник Виктория

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ 131

Молодыченко Валентин, Молодыченко Наталья

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ УЧАЩИХСЯ И СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ 139

Novikov Artūr, Perkumienė Dalia

REKREACINIŲ OBJEKTŲ SISTEMA SAUGOMOSE TERITORIJOSE 152

Oguz Özgür, Perkumienė Dalia, Mikalauskienė Nerija

PROTECTIVE REGULATIONS OF WOMEN EMPLOYEES UNDER TURKISH LABOUR LAW .. 158

Олексенко Роман

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ КАК ЦЕНТРАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ 173

Onyshchenko Oksana

POSITIVE AND NEGATIVE CONSEQUENCES OF MERGERS AND ACQUISITIONS IN THE CONTEPORARY GLOBAL ECONOMY 179

Osipova Larisa, Nikitenko Konstantyn, Dryga Daria, Nikitenko Elina

SOCIAL AND CULTURAL COMPETENCE COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE PROCESS OF FOREIGN LANGUAGES STUDY: INFORMATION SOCIETY PROBLEM FIELD.. 182

Подолякина Ольга

АЛЬТЕРНАТИВЫ ПОНИМАНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ МОДЕЛЯХ ФИЛОСОФИИ ЯЗЫКА: АНТИГУМАНИЗМ VS ГУМАНИСТИКА..... 188

Popravko Olha

CORPORATE EVENT AS A WAY OF THE EFFECTIVE TEAM BUILDING IN THE CONDITIONS OF THE GLOBALIZATION 196

Sytnyk Julia

LANGUAGE AS A WAY OF PRESERVING NATIONAL IDENTITY IN THE POST-SOVIET STAGNATION OF TOTALITARISM 200

Urbanavičiūtė Solveiga, Jesevičiūtė-Ufartienė Laima

MINDFULNESS STRESO VALDYMO TEORINIAI ASPEKTAI 204

Ūsas Antanas, Jasinskas Edmundas

INFORMACINIŲ TECHNOLOGIJŲ STRATEGIJOS FORMAVIMO NAUDA..... 208

Васюк Юлия

УНИВЕРСИТЕТ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ 215

Верещагина Юлия

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ВНЕШНЮЮ ТОРГОВЛЮ РОССИИ .. 219

Vetrenkienė Vilma

VISUOMENĖS SVEIKATOS SPECIALISTO, KAIP LAISVALAIKIO VEIKLOS ORGANIZATORIAUS, KOMPTENCIJOS 226

Vidishcheva Evgeniya

ACTUAL PROBLEMS OF RUSSIA'S INTEGRATION IN THE WORLD ECONOMY 233

Воронкова Валентина, Максименюк Марина, Никитенко Виталина, Пунченко Наталия

ФОРМИРОВАНИЕ НООСФЕРНОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ЭКОНОМИКИ „ОБЩЕСТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА" В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА И ГЛОБАЛИЗАЦИИ 241

Воронкова Валентина, Кивлюк Ольга, Романенко Татьтяна, Рижова Ирина, Андрюкайтене Регина

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ SMART-ОБЩЕСТВА И SMART-ТЕХНОЛОГИЙ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ 249

Zinchenko Viktor

INSTITUTIONAL TRENDS GLOBALIZATION AND TRANSFORMATION OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT 257

Žurumskaitė Ieva, Simanavičius Artūras

LIETUVOS ATVYKSTAMOJO TURIZMO ANALIZĖ VARTOTOJŲ POŽIŪRIU 265

Хлебникова Алена

КОММУНИКАЦИОННО-СЕТЕВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД 271

MOKSLINIS KOMITETAS

Pirmininkas – **prof.dr. Biruta Švagždienė**

Nariai:

prof.dr. **Juris Grants** (Latvijos sporto pedagogikos akademija, Ryga, LATVIJA)

prof.dr. **Francisco Teixeira Pinto Dias** (Polytechnic Institut of Leiria, Leira, PORTUGALIJA)

prof.dr. **Marina Gunare** (Tarptautinė Baltijos akademija, Ryga, LATVIJA)

prof.dr. **Valentina Voronkova** (Zaporožės valstybinė inžinerinė akademija, Zaporožė, UKRAINA)

prof.dr. **Roman Oleksiejenko** (Melitopolio Bogdano Chmelnickio valstybinis pedagoginis universitetas, Melitopolis, UKRAINA)

prof.dr. **Edmundas Jasinskas** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

prof.dr. **Saulius Šukys** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

prof.dr. **Valentin Molodičenko (**Melitopolio Bogdano Chmelnickio valstybinis pedagoginis universitetas, Melitopolis, UKRAINA)

prof.dr. **Irena Valantinė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

prof.dr. **Arūnas Emeljanovas** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

doc. dr. **Imants Upitis** (Latvijos sporto pedagogikos akademija, Ryga, LATVIJA)

doc.dr. **Evgeniya Vidishcheva** (Sočio valstybinis universitetas, Sočis, RUSIJA)

doc.dr. **Viktorija Melnik** (Nacionaliniūs M.P.Dragomanovo vardo pedagoginis universitetas, Kijevas, UKRAINA)

doc. dr. **Jelena Solovjova** (Latvijos sporto pedagogikos akademija, Ryga, LATVIJA)

doc.dr. **Vaidotas Viliūnas** (Marijampolės kolegija, Marijampolė, LIETUVA)

doc.dr. **Vilija Bitė Fominienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

doc.dr. **Rimantas Mikalauskas** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

doc.dr. **Ieva Rudzinska** (Latvijos sporto pedagogikos akademija, Ryga, LATVIJA)

doc.dr. **Jūratė Stanislovaitienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

doc.dr. **Ilona Tilindienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

doc.dr. **Andrejus Jerešiūnas** (Marijampolės kolegija, Marijampolė, LIETUVA)

doc.dr**. Inga Staskevičiūtė-Butienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dr. **Regina Andriukaitienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dr. **Kristina Bradauskienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dr. **Laima Jesevičiūtė-Ufartienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dr. **Daiva Majauskienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dr**. Artūras Simanavičius** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dr. **Dovilė Valančienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

dokt. **Kristina Mejerytė-Narkevičienė** (Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, LIETUVA)

KULTŪRINIO TURIZMO PLĖTROS SVARBA ATVYKSTAMAJAM TURIZMUI: LIETUVOS ATVEJIS

Aleknavičiūtė Karolina, Simanavičius Artūras, Ūsas Antanas

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Straipsnyje nagrinėjama kultūrinio turizmo plėtros svarba atvykstamajam Lietuvos turizmui. Pateikiama kultūrinio turizmo sampratos analizė bei esamos kultūrinio turizmo situacijos Lietuvoje apžvalga. Atliktas pusiau struktūrizuotas giluminis interviu su 5 Lietuvoje dirbančiais ekspertais, turinčiais ne mažesnę nei 5 metų patirtį kultūrinio turizmo sektoriuje. Gauti duomenys analizuojami turinio (angl. *„content“*) analizės metodu ir išskyrus kategorijas pateikiami lentelėse.

Raktiniai žodžiai: kultūrinis turizmas, plėtros svarba, atvykstamasis turizmas

Įvadas

Aktualumas. Šiandieniniame pasaulyje, stipriai paveiktame globalizacijos procesų ir technologijos naujovių, didėjant visuomenės išsilavinimo lygiui bei sparčiai augant žmonijos populiacijai, tarpusavyje sąveikauja šimtai įvairiausių kultūrų. Kultūra yra neatsiejama, bet kurio asmens ar visuomenės dalis, neišvengiamas daugumos kelionių ir maršrutų elementas. Žmonės pasiilgę unikalumo, pradeda domėtis ne tik svetimų, bet ir savų šalių kultūra bei kultūriniu paveldu (Jovocic, 2016). Dėl šios priežasties masinėje turizmo industrijoje iškyla kultūrinio turizmo vaidmuo, kuris šiandieniniame globalizacijos pasaulyje yra vienas sparčiausiai augančių ir besivystančių turizmo sektorių (Richards, 2009).

Mokslinėje literatūroje pabrėžiama, jog kultūrinio turizmo plėtojimas teikia visapusišką naudą valstybėms (Richards, 2009). Kultūrinis turizmas - tai neatsiejama šiuolaikinės tvarios politikos dalis, kuri skatina regionų kultūros plėtrą, tradicijų puoselėjimą, inovatyvių požiūrių įgyvendinimą (Repšienė, 2011). Be to, Europos sąjunga išskiria kultūrinį turizmą, kaip prioritetinę kryptį, kuriai turėtų būti skiriamas didesnis dėmesys (Zedková & Kajzar, 2013). Esminės Lietuvos kultūrinės ir geografinės ypatybės suteikia galimybę kultūrino turizmo plėtrai mūsų šalyje, taip pritraukiant Lietuvos visuomenės bei užsienio turistų lėšas, tuo generuojant ekonominę ir socialinę naudą valstybės gerovės ir vystymosi užtikrinimui bei tuo pačiu skatinant atvykstamąjį Lietuvos turizmą.

Darbo objektas: kultūrinio turizmo plėtra.

Darbo tikslas: įvertinti kultūrinio turizmo plėtros svarbą skatinant atvykstamąjį Lietuvos turizmą.

Darbo metodai: mokslinės literatūros analizė, lyginamoji analizė, pusiau struktūrizuotas giluminis interviu.

Kultūrinio turizmo samprata

Suvokti, kaip svarbu plėtoti kultūrinį turizmą gali padėti šios turizmo rūšies sampratos analizė, kuriai vis daugiau dėmesio skiriama šiandieninėje mokslinėje literatūroje. Tačiau apibrėžti kultūrinį turizmą nėra taip paprasta, nes daugelis mokslininkų supranta jį savaip ir skirtingai. Įdomu tai, jog, apibūdinant kultūrinį turizmą vieni autoriai linkę labiau pabrėžti patirtį, dalyvavimą bei žmonių norą pažinti ir pajausti kultūrą, o kiti mokslininkai aiškina šią turizmo rūšį išskirdami tokius objektus, kaip pilys, dvarai, muziejai, teatrai, tradicijos, papročiai, šventės ir pan. Senesni tradiciniai apibrėžimai kultūrinį turizmą sieja su istorinio paveldo objektais, vėlesnėse sampratose pabrėžiami patirties, pramogų ir dalyvavimo kultūrinėse veiklose aspektai.

1 lentelė. *Kultūrinio turizmo samprata (sudaryta autorių)*

Autorius	Sąvoka
Hall & Zeppel, 1990	Kultūrinis turizmas – tai įgyti potyriai dalyvaujant festivaliuose ir kituose meniniuose renginiuose, užmezgant ryšį su konkrečia bendruomene.
Tighe, 1991	Kultūrinis turizmas - tai istorinių ir paveldo vietų, o taip pat menų ir amatų mugių, festivalių, muziejų lankymas. Tai noras patirti lankytinos vietos kultūrą.
Silberberg, 1995	Kultūrinis turizmas – tai nevietinių asmenų lankymasis tam tikroje bendruomenėje, turint interesų pažinti tos bendruomenės ar regiono, grupės, organizacijos istoriją, menus, mokslą bei gyvenimo būdą / kultūrinį paveldą.
International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), 1997	Kultūrinis turizmas – tai veikla, suteikianti žmonėms galimybę išbandyti kitokį gyvenimo būdą, visų pirma, susipažįstant su kitų žmonių papročiais, tradicijomis, jų kultūrine aplinka, idėjomis bei architektūros, istoriniais ir archeologiniais paminklais, taip padedant suvokti ir vertinti vietos, kurioje lankomasi unikalumą.
B.McKercher & H.Du Cros, 2002	Kultūrinis turizmas – tai dalyvavimas konkrečių veiklų ir patirčių srityje, kuris apima: turizmą, kultūrinius išteklius, patirties produktų vartojimą, patirties produktų teikimą.
UNESCO, 2003 (p. 6)	Kultūrinis turizmas - kelionė, siekiant pažinti kultūrinę aplinką, įskaitant kraštovaizdžius, vaizduojamąjį ir scenos menus, išskirti vietinį gyvenimo būdą, vertybes, tradicijas, įvykius bei kitus kūrybinių ir kultūrinių pokyčių procesus
Gražulis ir Ostik, 2010	Kultūrinis turizmas – tai kelionė, tenkinanti žmogaus kultūrinius poreikius, todėl siejamas su įvairių renginių, koncertų, muziejų lankymu, pažintimi su skirtingomis meno rūšimis bei kt.
Brida, Meleddu, Pulina, 2013	Kultūrinio turizmo industrija siejama su tokiomis pramogomis, kaip muziejai, galerijos, architektūra, festivaliais, taip pat su maistu, mada, kalba ir religija.
Ščiglienė, 2014	Kultūrinis turizmas dabartinėje aplinkoje dinamiškas ir nuolat kintantis bei atsinaujinantis procesas, tai – politinių, ekonominių, sociokultūrinių, kultūrinių, meninių procesų atspindys.

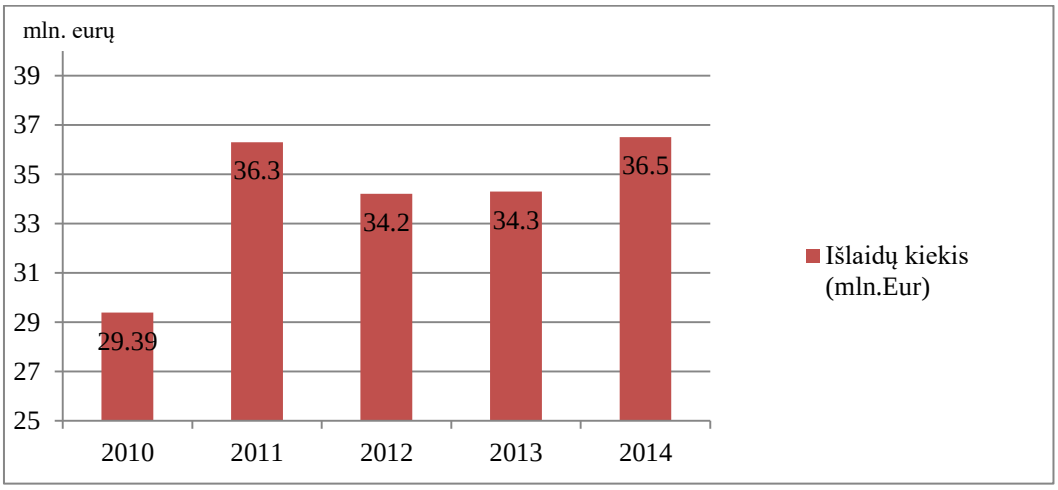
Apibendrinant visus apibrėžimus, galima teigti, jog nors kultūrinis turizmas mokslinėje literatūroje suvokiamas skirtingai, pačią šios turizmo rūšies esmę nusako autentiškų arba išskirtinių, originalių kultūrinių ar edukacinių patyrimų istorijos, menų bei mokslo prizmėje paieškos kelionės metu, sąveikaujant su tam tikra bendruomene per jų gyvenimo būdą, kulinarinį paveldą bei propaguojamas tradicijas.

Esama kultūrinio turizmo situacija Lietuvoje

Lietuva, garsėjanti savo istorine praeitimi, gausiu kultūriniu paveldu ir įspūdinga gamta, pasižymi visomis reikiamomis savybėmis kultūrinio turizmo plėtojimui. Pasak Ščiglienės (2014) „kultūrinis

turizmas – tai prioritetinė kryptis Lietuvoje ir jo plėtotė kultūrinių produktų, kultūros paveldo objektų, miestų, architektūros paveldo, šalies istorijos požiūriu potencialiai įdomi tiek vietos, tiek užsienio turistui“.

Didėjantį atvykstančių turistų, besidominčių Lietuvos kultūra, srautą iliustruoja Valstybinio turizmo departamento statistika, kurios duomenimis, nuo 2004 iki 2007 m. užsienio turistų atvykstančių į Lietuvą padidėjo net 52,09 % (Gražulis ir Ostik, 2010). Svarbu paminėti tai, jog valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos skaičiavimais, 2015 metais iš atvykstamojo turizmo (vienadienių lankytojų ir turistų) Lietuvos Respublika gavo iš viso 1,18 mlrd. eurų pajamų, o tai yra net 4 procentais daugiau nei 2014 metais (Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa, 2016). Visi šie skaičiai patvirtina tai, jog didėja užsienio turistų susidomėjimas Lietuva.



1 pav. *Atvykstančių turistų išlaidos kultūrinėms paslaugoms (mln.eur). (Sudaryta autorių, remiantis Valstybinio turizmo departamento duomenimis)*

1 pav. duomenys atskleidžia, jog užsienio turistų, atvykstančių į Lietuvą išlaidos kultūrinėms paslaugoms nuo 2010 metų linkę didėti. Ryškus šuolis 2011 metais gali būti aiškinamas tuo, jog šiais metais Lietuvoje buvo surengtas Europos krepšinio čempionatas (angl. „EuroBasket“), pritraukęs didelį užsienio turistų srautą, kurie ne tik stebėjo krepšinio varžybas, bet ir naudodamiesi proga siekė susipažinti su Lietuva bei jos kultūra. Naujausiais statistiniais duomenimis išlaidos kultūrinėms paslaugoms yra trečioje vietoje po išlaidų maitinimo bei apgyvendinimo paslaugoms ir 2013 metais tai buvo 34,3 milijonai eurų.

Tyrimo rezultatai

Siekiant gauti kokybinį požiūrį į tiriamą kultūrinio turizmo reiškinį buvo pasirinktas pusiau struktūrizuotas giluminis interviu. Tiriamieji buvo 5 Lietuvoje dirbantys ekspertai, turintys ne mažesnę nei

5 metų patirtį kultūrinio turizmo sektoriuje. Tyrimo metu sukurtais klausimais (atsižvelgus į jų turinį) buvo siekiama atskleisti ekspertų nuomonę bei požiūrį šiomis pagrindinėmis temomis:

1. Esama kultūrinio turizmo situacija Lietuvoje
2. Kultūrinio turizmo plėtros svarba skatinant atvykstamąjį Lietuvos turizmą

Žemiau esančioje lentelėje pateiktas ekspertų požiūris į esamą kultūrinio turizmo situaciją Lietuvoje (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. *Esama kultūrinio turizmo situacija Lietuvoje (sudaryta autorių)*

Kategorija	**Subkategorija**	**Įrodantis teiginys**
Pagrindiniai turistų traukos objektai	**Materialūs**	„<...>Vilniaus ir Kauno senamiesčiai, žymiausi muziejai, pilys ir kartais pajūrio zona <...>“ (Informantas nr.1) „<...>Vilnius ir Vilniaus senamiestis, Trakai, Kauno senamiestis, Pažaislio vienuolynas, Kryžių kalnas, Gintaro muziejus.” (Informantas nr. 2) „<...>Vilniaus senamiestis, Trakai, Kuršių Nerija <...>“ (Informantas nr. 3) „<...> Sugiharos namai, pilys ir dvarai, bažnyčios <...>“ (Informantas nr. 5)
	Nematerialūs	„<...>Kryptingi turistai dažniausiai atvyksta dėl įvairių renginių tokių, kaip konferencijos, festivaliai pvz. dainų šventė, Taip pat vis dažniau į Lietuvą atvyksta teminiai turistai, susidomėję „nišinėmis“ ir unikaliomis veiklomis.” (Informantas nr. 1) „<...>Lietuvos liaudies buities muziejus ir jame vykstančios Užgavėnės, įvairūs tradiciniai renginiai <...>“ (Informantas nr. 4)
	Lietuvos kultūrinio turizmo „atradimai“	<...>Naisiai, Telšiai, Platelių regionas – tai pastaruoju metu labiausiai iškilę miesteliai“ <..>“ (Informantas nr.1) “Pakruojo dvaras yra šiuo metu didžiausias vietinių turistų atradimas. Pakruojo regionas – tai vis labiau žinomas objektas, vienas iš būsimų labai svarbių ne tik kultūrinio, bet ir viso Lietuvos turizmo objektų.” (Informantas nr. 2)
Kintančios tendencijos	**Kultūrinio turizmo ir kitų turizmo rūšių tarpusavio ryšys**	„<...>pastebėjau, kad vis daugėja medicininiais tikslais atvykusių turistų, kurie laisvu laiku siekia kuo labiau susipažinti su Lietuvos kultūra bei istorija <...>“ (Informantas nr. 1) „<...> dažnai siekiant susipažinti su kultūra, tikėjimas bei religija taip pat užima svarbią dalį <...>“ (Informantas nr. 5)
	Šiuolaikinių technologijų panaudojimas	„Vis daugiau pradedama investuoti į šiuolaikines technologijas, siekianti sudominti ir pritraukti turistus <...>“ (Informantas nr. 4) „<...>pagerėjo turizmo produktų „išviešinimas“ <...> per tą patį „Facebook‘ą“ bei kitus socialinius tinklus, pradėta kurti daugiau video medžiagos, kas labai svarbu norint pritraukti atvykstančius turistus <...> (Informantas nr.5)
	Didėjantis renginių organizatorių sąmoningumas	„Jeigu anksčiau su renginių organizatoriais nepavykdavo kalbėtis, tai dabar pastebėjome, kad jie pradeda suvokti, jog tarp jų klausytojų ar žiūrovų gali būti ir užsienio turistai ir po truputį tampa atviresni turizmui” (Informantas nr. 2) „<...> kalbant apie renginių turizmą situacija yra tikrai gerėjanti, nes pačios renginių datos vis dėlto yra fiksuojamos ir labiau žinomos <...>“ (Informantas nr. 3) „<...> pavyzdžiui, Kaunas šiuo metu siekia tapti Europos kultūros sostine ir deda daug pastangų į tai. Šia žinia Kaunas siekia komunikuoti ne tik Lietuvoje, bet ir užsienyje <...> taigi situacija tikrai gerėjanti <...> atsirado daugiau viešų nemokamų renginių <...> pagirtina Nacionalinio dramos teatro iniciatyva versti spektaklius į anglų kalbą <...>“ (Informantas nr.5)

Klaidos ir sunkumai	**Informacijos stoka ir per vėlus jos paskelbimas**	„<...>renginių organizatoriai labai vėlai paskelbia savo programas, o tai mums neleidžia sukurti turizmo produkto ir jo pristatyti atvykstantiems turistams. Tokiu būdu, daugelis puikių renginių tampa netinkami užsienio svečiams “ (Informantas nr.2) „<...>mums trūksta planinio tvarkingumo renginių turizme <...> renginių programos skelbiamos labai vėlai ir prasčiausia situacija šioje vietoje iš visų Baltijos šalių yra Lietuvoje <...> ir mes negalėsime nieko pakeisti, kol programos nepradės būti skelbiamos bent pusantrų metų prieš <...>“ (Informantas nr. 3) „<...>nėra vieningos turizmo informacijos <...> buvo bandymų ją kurti, bet kažkur užgulė stalčiuose <...> svarbiausia, jog trūksta informacijos užsienio kalbomis <...>“ (Informantas nr.5)
	Muziejų bilietų kainų nepastovumas	„<…>dažnai būna taip, kad prasidėjus naujiems metams, mes gauname raštą, jog muziejų kainos yra pakilę. Mūsų versle, mes dar neprasidėjus naujiems metams, iš anksto esame sudarę visas programas, nustatę kainas bei pasirašę sutartis su partneriais, kurie išplatina katalogus su kainomis milijoniniu tiražu. Kas lieka kaltas ir atsako už tai? Mes.“ (Informantas nr.2)
	Paslaugų tiekėjų nelankstumas	„<...>turistai paprašo, kad tam tikra kultūrinė programa ar koncertas truktų 40 minučių, o atlikėjai atsisako sutrumpinti veiklos trukmę dėl neaiškių priežasčių <…>” (Informantas nr.2) <...> kartais vasaros sezonu muziejus atsidaro 11 valandą, o užsidaro 17 valandą <...> ir tu nieko negali padaryti jeigu nespėji <...>“ (Informantas nr.3)
	Dažnas verslo ir valstybinių institucijų nesusikalbėjimas	„Vis dažniau pastebiu verslininkų bei valstybinių institucijų ar net mokymo institucijų prieštaravimus, nesusikalbėjimą. Visos šios organizacijos turėtų dirbti išvien, siekti bendro tikslo, skatinant atvykstamąjį turizmą, tačiau šiuo metu yra atvirkščiai.“ (Informantas nr.1) „<...>turizmo ir kultūros sektoriaus atstovai nesusikalba tarpusavyje, o turizmo paslaugų vartotojui informacija tampa labai sunkiai pasiekiama arba išvis nepasiekiama.“ (Informantas nr. 1)
	Per mažas Lietuvos, kaip šalies, žinomumas	„<...>mes nemokame tinkamai pateikti ir reprezentuoti tai, ko turime <...> (Informantas nr.1) „<...>didžiausias sunkumas – tai per mažas šalies žinomumas <...> jeigu būtų platesnė informacijos sklaida, mums būtų daug lengviau dirbti <...> (Informantas nr.3) „<...>problema su Lietuvos įvaizdžiu yra didelė<...> nėra aišku, kas jį formuoja, kas yra atsakingas už tai ir koks tas įvaizdis <...> Net ir Lietuvos logotipas bendrame pasauliniame kontekste jis neduoda savo <...>

Paaiškėjo, kad atvykstančius užsienio turistus Lietuvoje labiausiai traukia materialus bei nematerialus kultūrinis paveldas (žr. 1 lentelėje).

„Kultūrinis paveldas Lietuvoje – tai pats pirmiausias faktorius, pritraukiantis užsienio turistus.“ (Informantas nr.3)

Ekspertai išskyrė pagrindinius turistų traukos objektus tuo pačiu įvardindami didžiausią potencialą kultūrinio turizmo plėtojimui turinčius taškus – Naisių gyvenvietę, taip pat Telšių, Platelių bei Pakruojo regionus (žr. 1 lentelėje). Didžiausios problemos su kuriomis susiduriama kuriant kultūrinio turizmo produktą (žr. 1 lentelėje) yra per mažas Lietuvos, kaip šalies, žinomumas, kuris trukdo pritraukti didesnius atvykstančių turistų srautus ir per vėlus renginių informacijos bei programų paskelbimas, kuris neleidžia turizmo organizatoriams laiku sukurti turizmo produkto bei pasiūlyti jo atvykstantiems užsienio turistams. Informantų atsakymai atskleidė pagrindines kintančias tendencijas susijusias su kultūrinio turizmo organizavimu Lietuvoje (žr. 1 lentelė). Buvo pastebėta, kad pastaruoju metu kuriant turizmo produktus

atsiranda kultūrinio turizmo ryšys su kitomis turizmo rūšimis, pavyzdžiui, medicininiu ar religiniu turizmu. Taip pat, ekspertų teigimu, vis dažniau panaudojamos šiuolaikinės technologijos kuriant turizmo produktą bei didėja renginių organizatorių sąmoningumas. Visos šios kintančios tendencijos yra palankios tolimesniam kultūrinio turizmo plėtojimui Lietuvoje. Taip pat informantai paminėjo, jog sparčiai didėja vietinių turistų skaičius, o tai yra gera naujiena, pranešanti apie didėjantį Lietuvos piliečių sąmoningumą. Todėl, remiantis visų ekspertų nuomone, bendra kultūrinio turizmo situacija Lietuvoje yra ženkliai gerėjanti.

,,Šiuo metu Lietuvos atvykstamasis turizmas auga, todėl kol kas nėra kultūrinių reiškinių ar objektų, kurių paklausa mažėtų" (Informantas nr.3)

Pagrindinis šio darbo tikslas yra nustatyti kultūrinio turizmo plėtros svarbą skatinant atvykstamąjį Lietuvos turizmą, todėl svarbiausias uždavinys keliamas interviu metu buvo sužinoti ekspertų nuomonę apie kultūrinio turizmo plėtojimo mūsų šalyje svarbą, jo teikiamą naudą bei reikšmingumą bendrai Lietuvos turizmo būklei. Ekspertai stipriai išreiškė teigiamas pozicijas kultūrinio turizmo atžvilgiu (žr. 2 lentelėje).

2 lentelė. *Kultūrinio turizmo plėtros svarba skatinant Lietuvos atvykstamąjį turizmą (sudaryta autorių)*

Nauda šaliai	**Ekonominė**	"<…>kultūrinio turizmo plėtros nauda pasireiškia per turizmo verslą ir kelionių agentūras, per viešbučių verslą, per transportą <…>turistai pirkdami kultūrinio turizmo produktus palieka pinigus Lietuvai. <...> Mes išsaugome ir puoselėjame savo materialų kultūrinį paveldą už tuos pinigus, kuriuos turistai palieka ." (Informantas nr.2) "<...>patraukliai pateikta šalies, miesto kultūra gali pritraukti daugiau investicijų <...>" (Informantas nr.4) „<...>be abejonės, ekonominė nauda <...> tiesioginė ir netiesioginė <...> kultūra padeda pritraukti pajamas <...>" (Informantas nr.5)
	Socialinė	„<…>kultūrinis turizmas padeda save pristatyti ne tik užsienio šalims, bet ir vietiniams keliautojams <…> kiekvienas miestas turi kuo nustebinti kultūrinį turistą savo „nišine" veikla <...>" (Informantas nr.3) „<...> kultūrinio turizmo plėtojimas teikia socialinę naudą <...> padeda kurti papildomas darbo vietas, didinti šalies užimtumą ir tuo pačiu plėsti visą paslaugų sektorių <...> (Informantas nr.5)
	Šalies populiarinimas	„<…>kultūrinio turizmo plėtra padeda plėsti žmonių, susipažįstančių su mūsų šalimi skaičius. Tai pasitarnauja populiarinant Lietuvą, kaip patrauklią turizmo kryptį <…>" (Informantas nr. 2) „<…>patraukliai pateikta šalies, miesto kultūra gali sulaukti kitų šalių susidomėjimo <…> (Informantas nr.4) „<...>Lietuva galėtų sėkmingai komunikuoti kaip kultūrinio turizmo šalis <...> kultūrinis turizmas prisideda prie teigiamo, unikalaus Lietuvos įvaizdžio formavimo <...>" (Informantas nr.5)
Reikšmingumas	**Kultūrinio turizmo vaidmuo**	„<…>vaidmuo išties nemažas <…>" (Informantas nr. 1) „<..>vaidmuo yra esminis. Lietuvoje - tai vienas iš pačių svarbiausių būdų pritraukti užsienio turistus <…>" (Informantas nr. 2) „<...>vaidmuo vienareikšmiškai esminis, nes tai yra pagrindinis arkliukas ant kurio mes jojame <...>" (Informantas nr. 3) „Vaidmuo yra labai didelis, nes per išskirtinę lietuvių kultūrą - tradicijas, kulinariją, kultūrines erdves ir renginius, galime tinkamai pristatyti save užsienio šalims." (Informantas nr. 4)
	Kultūrinio paveldo funkcija	"Nesvarbu, kokiais tikslais atvažiuoja turistai, į jų kelionės programą visuomet yra įtraukiami pagrindiniai kultūros paveldo objektai. Todėl pagrindinis objektas, traukiantis atvykstančius turistus – tai mūsų šalies kultūrinis paveldas." (Informantas nr. 2) „<...>Kultūrinis paveldas Lietuvoje - tai pats pirmiausias faktorius patraukiantis užsienio turistus <...> " (Informantas nr. 3) „Mes neturime šiltos jūros ir palankaus klimato <...> bet mes turime gausų kultūrinį paveldą, kuris gali pritraukti užsienio turistus <...>" (Informantas nr.5)

Interviu metu paaiškėjo, jog kultūrinio turizmo vaidmuo skatinant Lietuvos atvykstamąjį turizmą yra vienareikšmiškai esminis, o teikiama nauda, kuri pasireiškia per ekonominius, socialinius bei šalies populiarinimo veiksnius yra neginčytina (žr. 2 lentelė). Taip pat ekspertai pabrėžė kultūrinio paveldo – pagrindinės kultūrinio turizmo ypatybės - funkciją bei vaidmenį, teigdami, jog materialus mūsų šalies kultūrinis paveldas – tai esminis turistų traukos objektas (žr. 2 lentelė).

Išvados

1. Kultūrinio turizmo sampratą mokslininkai apibrėžia skirtingai. Dažniausiai naudojamas apibrėžimas teigia, jog kultūrinis turizmas – tai kelionė, siekiant pažinti kultūrinę aplinką, įskaitant kraštovaizdžius, vaizduojamąjį ir scenos menus, išskirti vietinį gyvenimo būdą, vertybes, tradicijas, įvykius bei kitus kūrybinių ir kultūrinių pokyčių procesus.
2. Lietuva pasižymi išlikusiu gausiu kultūriniu bei istoriniu paveldu. Statistiniai duomenys parodo, jog didėja atvykstančių turistų, susidomėjusių Lietuvos kultūra srautai. Auga atvykstančių užsienio turistų išlaidos kultūrinėms paslaugoms Lietuvoje, todėl kultūrinis turizmas Lietuvoje prisideda prie pridėtinės vertės kūrimo.
3. Kultūrinio turizmo plėtojimas yra svarbus, naudingas ir reikšmingas skatinant Lietuvos atvykstamąjį turizmą bei gerinant bendrą Lietuvos turizmo būklę. Kultūrinis turizmo vaidmuo skatinant Lietuvos atvykstamąjį turizmą yra vienareikšmiškai esminis. Kultūrinis paveldas yra pats svarbiausias faktorius pritraukiantis užsienio turistus atvykti į Lietuvą. Kultūrinio turizmo plėtros svarba yra akivaizdi tiek didinant atvykstamojo turizmo srautus, tiek kuriant gerbūvį šalies viduje per teikiamą socialinę, ekonominę bei šalies populiarinimo naudą.

Literatūros sąrašas

1. Brida, J. D.; Meleddu, M. & Pulina, M. (2013). The economic impacts of cultural tourism. In M.Smith & G. Richards. *The Routledge Handbook of Cultural Tourism,* p. 110-113.
2. Gražulis, V.; Ostik. J. (2010). Kultūrinis turizmas kaip kultūrų suartėjimo veiksnys: kuo ispanai domisi Lietuvoje? *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 3 (19), p. 22-30.
3. Hall, M. & Zeppel, H. (1990). Cultural and heritage tourism: The new grand tour. *Historic Environment*, 7 (3/4), p. 86.
4. ICOMOS, A. (1997). *The Burra Charter: The Australia ICOMOS Charter on caring for places of cultural significance.* Australia: ICOMOS.
5. Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19 (6), p. 605-612.
6. Lietuvos Respublikos vyriausybė. (2016). *Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 metų programa.* Prieiga per internetą: https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/098670e0af3511e39054dc0fb3cb01ae
7. McKercher, B. & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.

8. Repšienė, R. (2011). Šiuolaikinės Lietuvos kultūros vizijos: tarp politikos, medijų ir realybės. *Medijos, politika, vaizduotė, p.* 63–78.
9. Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16 (5), p. 361-365.
10. Ščiglienė, V. (2014). Kultūrinio turizmo sritys ir jų ypatumai: Kūrybingos veiklos modeliai. *Acta Academiae Artium Vilnensis*, 72, p. 141-157.
11. Taraila, A. (2014). *Atvykstamasis turizmas 2014m*. (Lietuvos statistikos departamento užsakomojo tyrimo ataskaita). Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas.
12. Tighe, A. J. (1991). Research on cultural tourism in the United States. *Tourism: building credibility for a credible industry. Proceedings of the Travel and Tourism Research Association twenty-second annual conference,* p. 387-392.
13. UNESCO. (2003). *Baltijos šalių Kultūrinio turizmo politikos dokumentas*. Prieiga per internetą: http://www.unesco.lt/uploads/file/failai_VEIKLA/kultura/kulturinis_turizmas/Baltijos_saliu_kulturinio_turizmo_politikos_dokumentas.pdf
14. Zedkova, A. & Kajzar, P. (2013). Cultural Destinations as one of the most important generators of tourism. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Faculty of Economics*, p. 191-202

IŠVYKSTAMOJO TURIZMO VARTOTOJO ELGSENOS POKYTIS: TERORIZMO ATVEJIS

Bartnikaitė Miglė, Simanavičius Artūras

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Straipsnyje nagrinėjama išvykstamojo turizmo vartotojo elgsenos pokytis terorizmo atveju. Pateikiami vartotojo elgsenos modeliai, išvykstamojo turizmo vartotojo elgsenos modelis bei apžvelgiama terorizmo ir teroro aktų reiškinių samprata, paaiškinti terorizmo ir teroro aktų ypatumai turizmo kontekste. Tam naudojamos mokslinės literatūros analizės metodas.

Raktiniai žodžiai: išvykstamasis turizmas, vartotojo elgsena, teroro atvejai

Įvadas

Temos naujumas ir aktualumas. Terorizmas viena didžiausia šių dienų grėsmių bei didelis ateities iššūkis visai tarptautinei bendruomenei. Teroro aktai kuria nesantaiką tarp socialinių, tautinių grupių, sugriauna materialines ir dvasines vertybes, taip kelia baimės ir nesaugumo jausmą visuomenėje. Tai nėra tik vienos šalies problema, tai pasireiškia globaliu mastu. Nors pats reiškinys yra įtrauktas į Tarptautinių organizacijų teisės aktus, deklaracijas, vystomas moksliniame lygmenyje, bet iki šiol nėra atrastas veiksmingas metodas, galintis išspręsti valstybės viduje vyraujančius teroristinius išpuolius (Lutz ir Lutz, 2013). Taigi, nors terorizmo istorija mini jau ne pirmąjį šimtmetį, pastaraisiais dešimtmečiais - tai

vienas iš labiausiai nenuspėjamų reiškinių pasaulyje, su kuriuo neišvengiamai susiduria žmonija ir tampa kruvinų įvykių liudininke (Levčenkovas, 2005).

Valstybės, kuriose teroristiniai išpuoliai klesti jau ilgą laiko tarpą, neišvengiamai nukenčia daugialype prasme. Terorizmas – grėsmė valstybių ekonomikai, taip pat turinti didelės įtakos turizmui, turistų srautams šalyje. Dėl šios priežasties ypač neigiamai paveikia šalis, kurios yra stipriai priklausomos nuo turizmo, pvz.: Tunisas, Turkija, Egiptas. Politinė sumaištis ar nesaugumo jausmas įbaugina ir potencialius turistus, lemia išvykstamojo turizmo paklausą. Baimė dėl atsitiktinio teroristinio smurto nėra nauja, tačiau tik XX amžiuje mokslininkų dėmesys į tarptautinį terorizmą tapo dideliu susirūpinimą keliančiu objektu, kuris vienaip ar kitaip paveikia turizmo industriją (Baker, 2014). Šiomis dienomis pasaulį krečia dažnėjantys teroro aktai, žiniasklaida kalba apie šalių politinį nestabilumą ir riziką turistams. Rizikos komponentas turisto vartotojo sprendimo priėmime kol kas šiuolaikiniuose tyrimuose gauna mažai dėmesio. Terorizmo ir turizmo pavojingo santykio tema kuo toliau, tuo labiau atkreipia visuomenės dėmesį ir išlieka svarbi, nagrinėjant kaip tai paveikia žmogų, jo elgesio modelį, sprendimo priėmimo procesus, bendrai visuomenę.

Taigi, šio **darbo objektas – išvykstamojo turizmo vartotojo elgsenos pokytis.**

Darbo tikslas – ištirti išvykstamojo turizmo vartotojo elgsenos pokytį.

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti išvykstamojo turizmo vartotojo elgseną.
2. Paaiškinti terorizmo ir teroro aktų ypatumus turizmo kontekste.
3. Ištirti išvykstamojo turizmo vartotojo elgsenos pokytį, esant teroro aktų rizikai.

Darbo metodai: mokslinės literatūros apžvalga, statistinių duomenų analizė, interviu, anketinė apklausa.

Išvykstamojo turizmo vartotojo elgsena

Išvykstamasis turizmas - tai privačiai apmokamos poilsinės kelionės į užsienį, kurios nėra susijusios su apsilankymu pas draugus ar giminaičius, iki 1990 metų vidurio ši veikla buvo oficialiai ignoruojama (Arlt, 2006). Remiantis Lietuvos Respublikos turizmo įstatymu (2011), išvykstamasis turizmas – tai turistų kelionės po užsienio valstybes. Jis generuoja tam tikrą dalį pinigų turistų gyvenamojoje šalyje, kuomet išvykstantys turistai perka tokius produktus kaip kelionės draudimas, lėktuvo bilietai ir kt. Tačiau daugiausia išvykstamasis turizmas panaudoja finansinius išteklius iš šalies, kurioje gyvenama, ir atiduoda juos šaliai, į kurią keliaujama. Visgi tai nereiškia, kad šalis neturėtų skatinti išvykstamojo turizmo, kadangi tiek vietinio turizmo segmentas, tiek atvykstamojo ar išvykstamojo turizmo segmentai yra lygiaverčiai svarbūs. Išvykstamasis turizmas dažnai vadinamas „prekių ir paslaugų importu‘‘, kuris sudaro šalies mokėjimo balanso pasyviąją dalį, o tai padeda kontroliuoti vieną iš keturių

ekonomikos turizmo funkcijų. Taip pat išvykstamasis turizmas svarbus tuo, jog apima nematerialųjį poveikį, tai yra asmens mokymąsi apie mus supantį pasaulį bei skatinamas pozityvus santykis tarp šalių. Šis turizmo segmentas turi būti aktyviai skatinamas ne tik dėl politinių ar ekonominių priežasčių, bet reikšmingas prisidedant prie šalies visuomenės švietimo.

Turizmas turi tik vieną paslaugų vartotoją – turistą. Bet kuris asmuo, keliaujantis savo malonumui, pažintiniais, kultūriniais, rekreaciniais, religiniais, verslo, profilaktinio gydymo ar kitokiais tikslais į bet kurią užsienio šalį, už savo gyvenamosios vietos ribų, apsistojantis bent vienai nakčiai, ne ilgiau kaip vienerius metus, yra turistas, galintis užsiimti bet kuriomis turizmo organizuojamomis veiklomis (PTO, 2005). Kiekvienas turistas skirstomas į tipus pagal dominuojančias asmens vertybes. Pavyzdžiui, ekonominės orientacijos turistai, tokie, kurie ypatingai vertina prabangą ir gerai organizuotą veiklą, intelektualinės orientacijos turistai, vertinantys estetiką - tyrinėtojai, taip pat yra turistai, kuriems pagrindiniai motyvai keliauti yra socialinės vertybės – žmonės, ryšys, meilė. Kitas turistų tipas - tai politinės orientacijos, kuomet siekiama politinės naudos, šiam turistui keliavimo reikšmingumas įtakojamas asmens statuso. Yra atvejų, kai turisto vertybės persipina, tuomet galima dviejų tipų kombinacija (Mejerytė, Fominienė, 2009). Tačiau nesvarbu kokiam tipui priskiriamas turistas, jis dažnai paveikiamas daugeliu vidinių ir išorinių faktorių, kurie atlieka svarbų vaidmenį jo sprendimo priėmimo procese dėl atostogų, pasirenkant turizmo produktą. Swarbrooke ir Horner (2016) pateikia faktorius, veikiančius atostogų sprendimo priėmimo procesą (žr. 1 lentelė):

1 lentelė. *Veiksniai lemiantys atostogų sprendimo priėmimo procesą (Sudaryta autorių remiantis Swarbrooke ir Horner, 2007)*

SPRENDIMO PRIĖMIMAS	
Vidiniai	**Išoriniai**
Asmeninė motyvacija	Prieinamumas prie norimo ir tinkamo produkto
Asmenybės tipas	Kelionių agento patarimai
Disponuojamos pajamos	Informacija apie keliones iš kelionių organizatorių ir žiniasklaidos
Įsipareigojimai šeimai	Draugų ir šeimos rekomendacijos
Įsipareigojimai darbui	Kelionės apribojimai: vizos gavimas, karas, pilietiniai konfliktai, terorizmas ir kt.
Praeities patirtis	Sveikatos problemos ir reikalingos vakcinos tai šaliai
Hobiai ir interesai	Rinkodaros veikla turizmo pramonei
Gyvenimo būdas	Regiono klimatas
Žinios apie potencialias atostogas	Specialūs pasiūlymai iš turizmo organizatorių
Asmens požiūris, nuomonė ir suvokimas	

Dažnai norint geriau suprasti ir patenkinti vartotojų poreikius, atsižvelgiant į tai, kad kiekvienas asmuo priklauso skirtingo amžiaus grupei, turi skirtingas pajamas, išsilavinimą, skonį ir pan., o nuo to taip

pat priklausys ką jis vartos ir pirks, vartotojo savybės nagrinėjamos remiantis ir šiais faktoriais (žr. 1 pav.): kultūriniu, socialiniu, asmeninio pobūdžio ir psichologiniu.

Išvardinti veiksniai stipriai veikia vartotojo elgseną, jo sprendimo priėmimo ir prekės įsigijimo procesą ir daugeliu atvejų rinkodarininkai šių veiksnių negali kontroliuoti, tačiau privalo į juos atsižvelgti (Kotler, et.al. 2003).

Anot Kuester ir Sabine (2012), vartotojų elgsena - tai mokslas apie asmens, grupės ar organizacijos procesus, kurie panaudojami pasirinkti saugiam produktui, paslaugai, patirčiai, patenkinančius jų poreikius, šie procesai turi poveikį tiek vartotojui, tiek visuomenei. Pagal Engel-Kollat-Blackwell (EKB) vartotojo sprendimo priėmimo modelį yra keturi šio proceso etapai:

- **1 etapas: motyvacija ir poreikio atpažinimas.** Tai yra sprendimo priėmimo proceso pradžia, pradedant nuo svarbiausių veiksnių, lemiančių įvairių poreikių apibrėžtumą. Veiksniai gali būti atskiri tiek socialiniai, tiek kultūriniai.
- **2 etapas: informacijos paieška.** Šiame etape sprendimų priėmėjas, naudojant įvairius informacijos šaltinius (pvz.: reklama, internetas, žiniasklaida, draugų rekomendacijos ir kt.), ieško informacijos, susijusios su vartotojo norimu produktu ar paslauga.
- **3 etapas: alternatyvus vertinimas.** Šiame etape vartotojas apsvarsto visas galimas alternatyvas ir jas įvertina pagal kriterijus, atitinkančius sprendimo priėmėjo požiūrį, įsitikinimus ir ketinimus.
- **4 etapas: vartojimas ir rezultatas.** Paskutiniame etape vartotojas pasirenka produktą ar paslaugą ir vėliau siunčia grįžtamąjį ryšį apie tai. Sprendimo priėmėjo atsiliepimai gali būti teigiami arba neigiami, dėl prieš tai pasirinkto sprendimo pasitenkinimo ar nepasitenkinimo.

Daugelis mokslinių darbų, tiriančių turistų elgseną, remiasi klasikiniu pirkėjo elgsenos modeliu (žr. 1 pav.) (Choi, ir kt., 2012). Tačiau išnagrinėjus, skirtingų šaltinių autorių pateiktus modelius, abiejų vartotojų elgesio procesas išlieka beveik toks pats, tik turisto vartotojo elgesio modelyje atsiranda vartotojo pasiruošimas kelionei (žr. 1 pav.):

1. Motyvacija ir poreikis įsigyti kelionei	**2.** Informacijos rinkimo ir įvertinimo paveikslas	**3.** Kelionės sprendimo priėmimas, pasirinkimas (alternatyvos)	**4.** Pasiruošimas kelionei ir dalyvavimas joje	**5.** Kelionės rezultatas, jos vertinimas ir grįžtamasis ryšys

1 pav. *Engel-Kollat-Blackwell vartotojo sprendimo priėmimo modelis (2002).*

XXI amžiuje pasaulio turizmas atsidūrė plačiai paplitusio ir išaugusio terorizmo centre. Tokia beveik natūraliai priimta rizika kasdieniniame gyvenime, vienaip ar kitaip paveikė turisto elgseną ir pačią turizmo industriją. Turizmo sferoje turisto vartotojo charakteristikos priklausomai kinta nuo rizikos suvokimo (Taylor, Toohey, 2004). Terorizmo pavojus sukuria ne tik individo baimę dėl jo saugumo, bet ir

neigiamą šalies įvaizdį, kuris gali nulemti negatyvų keliautojo požiūrį į valstybę, o vadovaujantis tokiu požiūriu, galimai keičiasi keliautojo įpročiai, planai ir elgesys. Šių dienų turistams terorizmo grėsmė, jų kaip vartotojo elgesio modelyje ir sprendimo priėmimo procese, yra stiprus išorinis faktorius. Įvairių lygių rizikos suvokimas ir vidiniai žmogaus veiksniai gali nulemti turisto motyvaciją keliauti, jų sąmoningumą pasirenkant kelionės krypčių alternatyvas, nerimo jausmą lyginant saugumą ir terorizmo grėsmę, informacijos paieškos apimtis, alternatyvų vertinimą ir, žinoma, kelionės krypties pasirinkimą.

Terorizmo ir teroro aktų reiškinių samprata

Terorizmas - reiškinys, turintis ypatingai didelės įtakos būsimai valstybių struktūrai ir pačios visuomenės gyvenimui. Pats reiškinys gali būti suprantamas įvairiai, t. y socialine, istorine, politine, teisine, ekonomine, etnine bei karine prasme (Gutauskas, 2005). Šiomis dienomis tiek socialinėje aplinkoje, tiek mokslinėje literatūroje sąvokos – terorizmas, teroras ar teroro aktai dažnai painiojamos, klaidingai siejamos. Šie terminai tiksliai neapibrėžti moksliniuose darbuose ir ypatingas dėmesys sąvokų turiniui bei teisingam interpretavimui nėra skiriamas. Teisės teoretikai ir praktikai susiduria su konceptualizmo problema, kai nėra visuotinai priimtos terorizmo sąvokos. Galima to priežastis, kad atskirų valstybių įstatymuose, tarptautinėje literatūroje bei teisės aktuose sąvokos vartojamos dažnai keičiant viena kitą, pvz.: terorizmas (terrorism), teroras (terror), teroro aktas (terror act), teroristiniai aktai (terrorist acts), teroristinė veikla (terrorist activities) (Jenkins, 2003). Be abejonės, termino neapibrėžtumas ir sąvokos nevieningas naudojimas tarptautinėje arenoje kelia pavojų ir problemas, nes reiškinio priemonės gali būti naudojamos nepaisant teisėtumo ribų ir problemos bandant atskirti nusikalstamas terorizmo ir teroro veikas. (Gribytė, 2009). Terorizmas suvokiamas kaip teroro politika, taktika šalyje, kuria naudojasi tam tikros grupuotės, pvz.: žudymas politinių priešų, lėktuvų užgrobimas ir t.t. Teroras suprantamas kaip prievartos, smurto naudojimas, siekiant įbauginti arba visiškai sunaikinti politinius priešus. Iš socialinės pusės terorizmo sampratą apibūdina viešo pobūdžio smurtas, nukreiptas ne prieš individualius interesus, o valstybės ir visuomenės, tačiau teroristinėmis veikomis žalojant nekaltus bendruomenės narius, o teroro aktai - siekis kelti nesaugumo jausmą (Vaišvila, 2005).

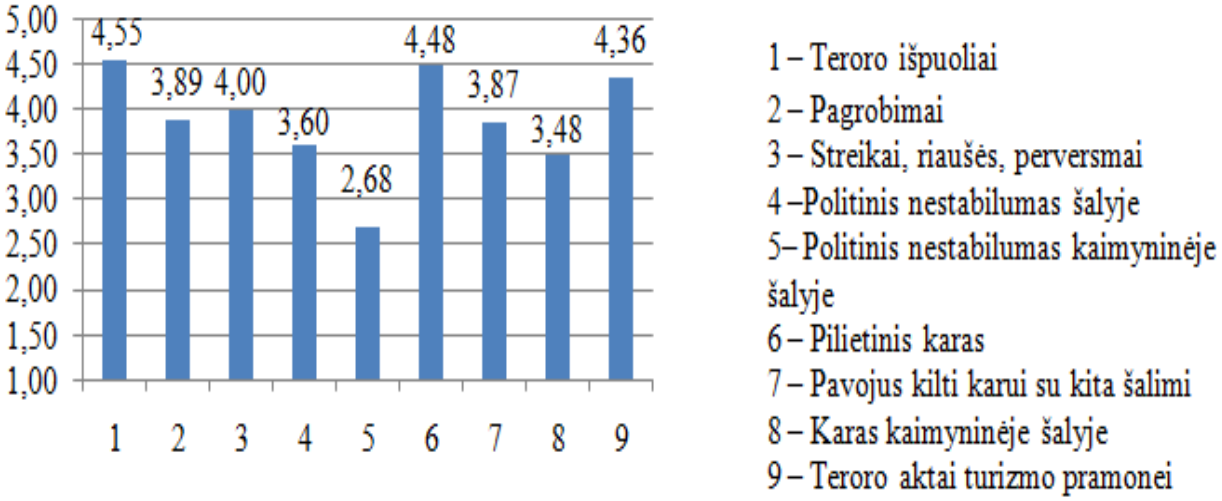
Lietuvos Respublikos programose, skirtose kovoti prieš terorizmą išskiriamos dvi šio reiškinio rūšys:

1) Tarptautinis terorizmas - tai daugiau nei vienos valstybės teritorijoje vykdoma teroristinė veikla, nukreipta prieš daugiau nei vienos valstybės interesus (pvz.: gali būti vykdoma tam tikros valstybės piliečių prieš kitos valstybės piliečius arba objektus savo ar kitos valstybės teritorijoje, kuomet nusikaltimas vykdomas trečioje valstybėje).
2) Vidaus terorizmas – teroristinė veikla nukreipta prieš vienos valstybės interesus, o šios veiklos imasi pačios valstybės piliečiai (LR, BK, 2004).

Šiuolaikinės teroristų veiklos prisideda prie šalių krizės problemos, teroro atakos neišvengiamai paliečia šalyje veikiančias sistemas: politinę, teisinę, ekonominę, socialinę ir kitas. Ne išimtis valstybės rekreacijos ir turizmo sistema, kuomet turizmo industrija laikoma viena iš dinamiškiausių ir jautriausių pokyčiams. Teroro atakos iškelia naują, specifinę turizmo krizę šalyje, kadangi paprastai šalis būna užklupta netikėtai ir nepasiruošusi išpuoliui ar įvykdytoms atakoms. Staigiai sukelti neigiami vaizdiniai ir baimė visuomenėje gali stipriai paveikti potencialių turizmo vartotojų protus ir elgesį, o paklausos nuostoliai stipriai įtakoti turizmo pramonę (Freyer, 2004).

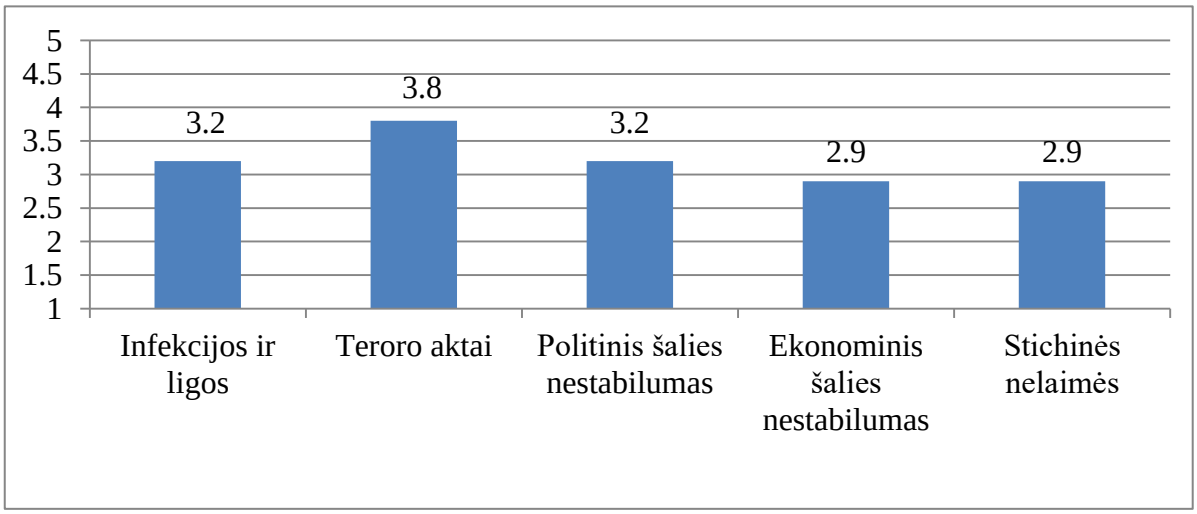
Apibendrinat galima manyti, kad nors nėra priimtos vieningos valstybių bendruomenės terorizmo, teroro ir teroro aktų reiškinių sampratos, jas galima apibrėžti priklausomai nuo skirtingo laikotarpio ir kokia socialine, politine, teisine ar kt. prasme šias sąvokas nagrinėsime.

Remiantis respondentų nuomone, galima teigti, jog stipriausiai įtakojančiu turizmo industriją veiksniu jie laiko teroro išpuolius, kadangi išvedus visų jų vertinimo balų vidurkį iš 5 galimų balų, teroro išpuoliams buvo skirtas aukščiausias – 4,6 balas. Taip pat didelė dalis respondentų pasisakė, kad kitas stipriai įtakojantis veiksnys yra pilietinis karas šalyje – 4,5 balo ir teroro aktai tiesiogiai nukreipti prieš turizmo pramonę – 4,4 balo (žr. 2 pav.):



2 pav. *Veiksniai įtakojantys turizmo industriją: respondentų vertinimas.*

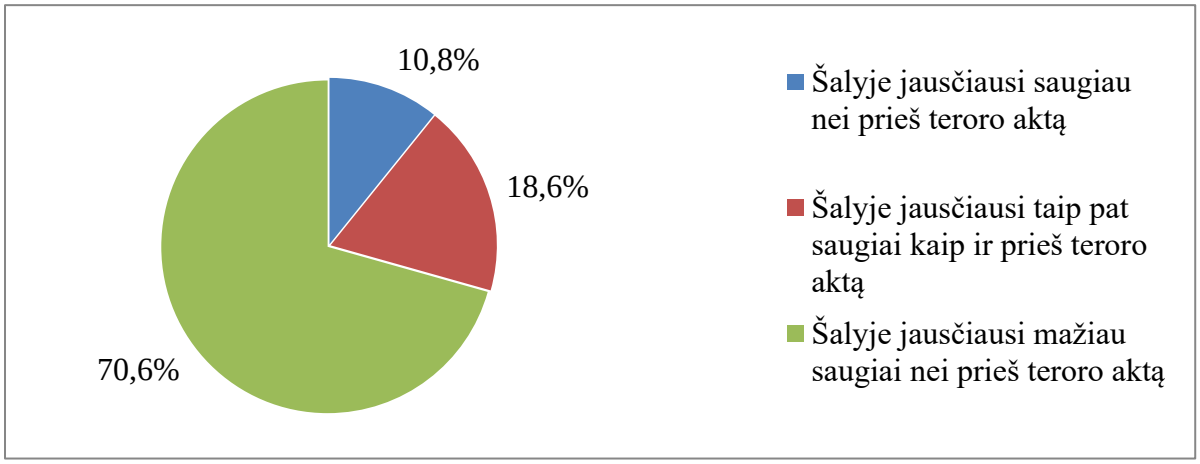
Be to, norėta išsiaiškinti, kuriems iš pateiktų 5 požymių esant šalyje respondentai mano, kad rizikos atsiradimo tikimybė yra didžiausia. Vertinama buvo pagal 5 balų skalę (1- labai maža, 5 – labai didelė), iš gautų duomenų išvestas vidurkis (žr. 3 pav.):



3 pav. *Rizikos atsiradimo tikimybė Egipte: respondentų vertinimas.*

Taigi, kad respondentams būtų lengviau įvertinti, kuriems požymiams esant, rizikos tikimybė tampa didesnė šalyje, buvo pasiūlyta remtis Egipto šalies pavyzdžiu. Apibendrinus gautus rezultatus matyti, kad didžiausia dalis apklaustųjų teroro aktus vertina kaip požymį, kuriam esant rizikos atsiradimo tikimybė šalyje didelė.

Tam, kad išsiaiškintume respondentų saugumo suvokimą, jų buvo paprašyta pažymėti kažkurią vieną iš duotų trijų saugumo būsenų, jeigu šalyje, į kurią jie nori ir ruošiasi keliauti, įvyktų teroro aktas.



4 pav. *Respondentų saugumo suvokimas po įvykdyto teroro akto.*

Gauti duomenys parodė, kad didelė dalis apklaustųjų – 70,6 proc. po įvykdyto teroro akto šalyje jaustųsi mažiau saugiai nei prieš teroro ataką. Kita dalis – 72 apklaustieji, tai yra 18.6 proc., jaustųsi lygiai taip pat saugiai kaip ir prieš teroro ataką ir 10,8 proc. respondentų po teroro atakos šalyje, į kurią nori keliauti, jaustųsi saugiau nei prieš teroro ataką (žr. 4 pav.). Tolimesniais užduotais klausimais taip pat buvo vertinama respondentų elgsena ir galimi jos pokyčiai po teroro aktų.

2 lentelė. *Respondentų priežastys vykimo ir nevykimo į šalį po teroro akto.(Sudaryta autorių).*

Priežastys, kodėl vyktų į kelionę po teroro akto	**Respondentų skaičius**	**Priežastys, kodėl nevyktų į kelionę po teroro akto**	**Respondentų skaičius**
1. Baimės nebuvimas.	**51**	1. Baimė, kad teroras gali pasikartoti.	**36**
2. Netiki teroro akto pasikartojimu toje pačioje vietoje.	**17**	2. Bijo rizikuoti, psichologiškai bloga būsena, kad gali patekti į pavojų ir nesidžiaugti atostogomis.	**24**
3. Jaučiasi saugiau po teroro akto dėl šalyje sustiprinto saugumo.	**16**	3. Teigia, kad žmogaus saugumas yra svarbiausia.	**24**
4. Tikėjimas, kad kurortuose saugu ir terorizmas nėra nukreiptas prieš turistą.	**6**	4. Padidėjusi rizika ir šalyje stabilumo nebuvimas.	**5**
5. Renkasi tą pačią šalį, bet tolimesnį regioną nuo įvykdyto teroro akto vietos.	**5**	5. Šeimos ar draugų nepritarimas ir draudimas išvykti.	**3**

Apibendrinus gautus rezultatus galima teigti, jog daugiau nei puse ir didžiausia dalis apklaustųjų – 51 iš atsakiusiųjų 110, į kelionę po teroro atakos vyksta, nes jie nebijo ir, priešingai, tie respondentai, kurie nevyksta didžiausia dalis 36 iš 95 atsakiusiųjų yra išsigandę ir bijo papulti į pavojų. Kita kiek mažesnė dalis vykstančiųjų į šalį - 17 teigia, jog netiki teroro aktų pasikartojimu tose pačiose vietose bei 16 respondentų šalyje jaučiasi saugiau nei prieš teroro ataką dėl sustiprinto saugumo valstybėje. Tačiau pasitaikė ir tokių, kurie keliautų į tą pačią numatytą šalį, tik atsargumo vedami rinktųsi tolimesnį regioną nuo įvykdyto teroro akto vietos. Kiek mažiau, bet tie respondentai, kurie vyktų, tiki, kad terorizmas nėra nukreiptas prieš turistą.

Išvados

1. Išvykstamojo turizmo vartotojo elgsena priklauso nuo asmens dominuojančių vertybių, jo pasirinkto keliavimo tipo. Sprendimo priėmimo procesas, pasirenkant turizmo produktą, kinta nuo žmogų veikiančių daugelio vidinių (asmenybės tipo, motyvacijos, požiūrio, pajamų, gyvenimo būdo) ir išrorinių (prienamumo prie produkto, informacijos, draugų ir šeimos rekomendacijų, aplinkos) veiksnių. Kultūriniai, socialiniai, psicholiginiai ir asmeninio pobūdžio faktoriai veikia vartotojo elgseną, nuo to priklauso ką jis pirks ir ką vartos.
2. XXI amžiaus laikotarpyje terorizmas egzistuoja ne tik norint pasiekti politinius tikslus, bet kai kuriems tai savirealizacijos priemonė, greičiausias būdas teroro aktais pasiekti savanaudiškų tikslų, paskleidžiant baimę, nesaugumą. Turizmo industrija yra jautriausia pokyčiams. Nenuspėjami ir netikėti teroro aktai sukelia naują problemą - turizmo krizę šalyje. Gandai, neigiami vaizdiniai ir baimė gali stipriai paveikti turizmo vartotojų paklausą bei pačią turizmo pramonę.
3. Ištyrus išvykstamojo turizmo vartotojo elgseną, esant teroro aktų rizikai, buvo nustatyta, jog didžioji dalis lietuvių turistų po teroro akto šalyje jaustųsi mažiau saugiai nei prieš jį, daugiau

nei pusė turistų nežino ar vyktų į suplanuotą kelionę ir mažoji dalis, tačiau užtikrinta, kad tikrai nevyktų. Tai rodo, jog tikrai dauguma respondentų sudvejotų dėl išanksto suplanuotos kelionės sprendimo priėmimo.

Literatūros sąrašas

1. Arlt, W. (2006). *China's outbound tourism*. Routledge.
2. Baker, D. M. A. (2014). The effects of terrorism on the travel and tourism industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2 (1), p. 9.
3. Grybytė, L. (2009). *Teroro akto sudėties požymiai ir jų atribojimas nuo kitų nusikalstamų veikų pagal Lietuvos Respublikos baudžiamąjį kodeksą*. Doctoral dissertation, Mykolas Romeris University.
4. Gutauskas, A. (2005). Terorizmo baudžiamasis teisinis vertinimas pagal naująjį Lietuvos Respublikos Baudžiamąjį Kodeksą. *Mokslo darbai,Teisė*, 54.
5. Horner, S.; Swarbrooke, J. (2016). *Consumer behaviour in tourism*. Routledge.
6. Jenkins, P. (2003). *Images of terror: What we can and can't know about terrorism*. Transaction Publishers.
7. Jungtinių Tautų Pasaulio Turizmo Organizacija. (2005). *UNWTO definition of tourism 2005*. [2017-03-14]. Prieiga per internetą: http://www2.unwto.org/content/about-us-5
8. Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. pearson education.
9. Levchenkov, A. (2005). Terorizmas: tiesa ir prasimanymai. *Jurisprudencija*, 68 (60), p. 35-42.
10. Lietuvos Respublikos baudžiamojo kodekso 250, 251 straipsniais įstatymas. (2013). *Valstybės žinios,* Nr. 75-3768. [2017-03-14]. Prieiga per internetą: https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.3DAE6BB25A2A
11. Lietuvos statistikos departamentas. (2014). *Tourism in Lithuania.* [2017-04-13]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/uploads/documents/Turizmas-Lietuvoje_2014.pdf
12. Lutz, J. M.; Lutz, B. J. (2004). *Global terrorism*. Psychology Press.
13. Mejerytė-Narkevičienė, R.; Fominienė, V. B. (2009). *Vartotojo motyvacija turizme*. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija.
14. Taylor, T.; Toohey, K. (2007). Perceptions of terrorism threats at the 2004 Olympic Games: Implications for sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 12 (2), p. 99-114.
15. Vaišvila, A. (2005). Terorizmas ir kova su terorizmu–dvi grėsmės žmogaus teisėms (metodologinis aspektas). *Jurisprudencija*, 68 (60), p. 11-19.

ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАПОРОЖСКОГО КРАЯКАК ОСНОВА ПРОИЗВОДСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Бортников Евгений[1], Будько Марина[2]

[1]Запорожский национальный университет, Запорожье, Украина

[2]Мелитопольский государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого, Мелитополь, Украина

Аннотация. В контексте перспектив развития туризма проанализированы природные особенности территории Запорожского края, его природные туристические ресурсы, значительная часть которых (климат, бальнеологические, грязевые, биологические ресурсы) способствует развитию туристической деятельности, а часть (рельеф, пейзажное однообразие, дефицит питьевой воды, низкий коэффициент аттрактивности) сдерживает ее. Актуализируется в разрезе туристической деятельности вопрос о рациональном использования природных ресурсов в процессе социально-экономического развития Запорожского края. Подчеркивается, что рационализация использования природных ресурсов является предпосылкой для повышения инвестиционной привлекательности региона, восстановления культурного наследия и экономического освоения данных ресурсов в будущем. Экологически обоснованный подход к природному потенциалу будет способствовать восстановлению физических и духовных сил человека, его трудоспособности и здоровья. При современной и перспективной структуре туристического обслуживания и технико-экономических возможностей природные ресурсы Запорожского края могут быть задействованы в прямом или опосредованном потреблении туристических услуг и производстве туристического продукта. Уменьшение техногенной нагрузки на окружающую среду и создание разнообразной информационной туристической инфраструктуры может увеличить поток украинских и иностранных туристов и экскурсантов в регион исследования, что существенно повлияет на развитие таких секторов экономики, как транспорт, торговля, связь, строительство.

Ключевые слова: туризм, туристическая деятельность, природные туристические ресурсы, Запорожский край.

Постановка проблемы

Как феномен мирового масштаба, туризм отражает все разнообразие и изменчивость современной жизни; все шире привлекая природные, культурные и человеческие ресурсы, он быстро реагирует на трансформации мировых социокультурных процессов и выступает едва ли не самой яркой иллюстрацией формирования нового, глобального образа жизни. В процессе туристического путешествия человек не просто пребывает в какой-либо среде – природной или урбанизированной, он всегда вступает в определенный контакт с окружающей средой. И то, каким образом будет осуществляться этот контакт, зависит и от уровня организации индустрии туризма, и от самого человека. Очевидно, что туризм, будучи подкреплен соответствующей организацией, может способствовать и охране природы, и развитию, включая положительные синергические взаимоотношения между туристической деятельностью, биоразнообразием и местным населением (Rooss, 1999). Основные достопримечательности, привлекающие туристов, являются природными (флора, фауна, геологические особенности), при этом в исследованиях последних десятилетий постоянно подчеркивается необходимость такого туристического использования природных ресурсов, которое не превышает рекреационныхвозможностей посещаемых территорий, является приемлемым для местных сообществ и поддерживает их (Weaver, 1999).

Изложение материала

Общий анализ ситуации с использованием природного потенциала как туристического ресурса в Украине в целом и Запорожском регионе в частности выделяет два основных блока

проблем. Первый – отсутствие государственной стратегии развития туризма на четко сформулированных природоохранных основаниях. Второй – не менее важный – природные ресурсы мало изучены, не оценены и не систематизированы, маршруты проходят в основном «проторенными» путями или выглядят как набор разрозненных посещений различных объектов. Многие выдающиеся объекты природы не демонстрируются туристам, отсутствует и информация об их туристическом потенциале. Кроме того, из-за несформированности правовой и экономической среды для стимулирования ныне малодоходных и высокозатратных направлений внутреннего туризма, туроператоры практически не занимаются не только разработкой новых маршрутов, но и не проявляют интереса к въездному и внутреннему туризму в целом (Бортников идр., 2013,с. 182). Между тем именно активное вовлечение внутренних природных ресурсов в туристическую деятельность с соблюдением природоохранных принципов способно создать условия для их сохранения и воспроизводства. Особенно острой этапроблема является для индустриальных регионов Украины, к которым относится и Запорожский.

Важными факторами, влияющими на развитие туризма, являются природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы региона. Разработка научно-методологических основ, реализация их на практике, создание оптимальных условий для организации туристической деятельности в регионе будет способствовать эффективному использованию всего туристического потенциала территории, снижению чрезмерной нагрузки на ландшафты традиционных туристических местностей, удовлетворению региональных и локальных интересов.

В нашем исследовании под природными туристическими ресурсами понимаются такие природные особенности территории, отдельные компоненты природной среды и их вещественные составляющие, которые характеризуются благоприятными для туристической деятельности качественными и количественными параметрами и служат или имеют все предпосылки для того, чтобы быть материальной основой для организации отдыха, туризма, экскурсий, лечения и оздоровления людей (ландшафтные, аквальные комплексы, природоохранные территории, лечебные грязи и минеральные воды, экологические и т. д.). Природные туристические ресурсы способствуют развитию различных типов и видов туристической деятельности. М. Мальская, Н. Антонюк, Н. Ганич (2008) выделяют среди природных туристических ресурсов как те, которые могут восприниматься визуально, например, пейзажи, живописные ландшафты, закат или восход солнца и под, так и те, которые используются без их прямого потребления, например, лесные, горные массивы, побережья морей и т. д., и непосредственно используются в туристической деятельности, например, минеральные воды и лечебные грязи (Мальська и др., 2008, с. 322).

С оптимизацией развития туризма тесно связано выявления природных ресурсов и возможностей Запорожского края. Оценивая природные туристические ресурсы региона, следует

отметить, что в его пределах организации туристической деятельности способствуют рельеф, пляжные ресурсы побережья Азовского моря, климатические, бальнеологические, грязевые, гидрологические, ландшафтные ресурсы, растительный и животный мир (Могильний, 2008). Рельеф – природный фактор, имеющий для туристической деятельности в основном опосредованное значение, поскольку влияет на климатические условия территории, грунтовые воды, реки и формирование ландшафтов. Однако этот фактор может и непосредственно способствовать развитию туристической деятельности, например, равнинный характер территории Запорожского края способствует развитию пешеходного туризма, а уникальность форм рельефа (таких как остатки кристаллических пород в виде г. Бельмак Могила, которая является самой высокой точкой Запорожской области и возвышается над уровнем моря на 327 км, могил Каменная, Салтычия, Корсак и др.) служат объектами экскурсионных программ (Запорізький край – край козацькоїзвитяги, степоваперлина Півдня України, 2017)

В целом же для развития туристической деятельности в Запорожском крае характер поверхности можно считать спорным. С одной стороны, территория вблизи Азовского моря привлекает туристов и экскурсантов своими аккумулятивными формами рельефа, красивыми морскими пляжами, глубоко врезанными песчаными косами, которые имеют большое количество мелководных заливов, хорошо прогреваемых солнцем (например, Федотова коса с о. Бирючий, Пересыпь, Обиточная и Бердянские косы), лиманами (Молочный, Утлюцкий) с лечебными грязями, которые способствуют развитию курортов (Кирилловского, Бердянского и Приморского). Глубоко в Азовское море врезаются косы Федотова, Бердянская и Обиточная, на которых расположены туристско-рекреационные предприятия.Косы расположены напротив устьевых частей рек Берды, Обиточной и Молочной, впадающих в Азовское море. Они образованы песчаными наносами и ракушечником. С другой стороны, однообразный равнинный рельеф, отсутствие пейзажного разнообразия, специфика форм рельефа, связанная с аккумулятивно-абразионной деятельностью моря, сдерживают развитие туристической деятельности, снижаютаттрактивность и пейзажное разнообразие территории и вызывают определенные технические трудности при сооружении различных объектов. Не способствует развитию туристической деятельности также отсутствие единого реального кадастра земель рекреационного назначения.

Особым ресурсом для организации туристической деятельности является теплое, мелководное Азовское море, акватория которого используется не только с лечебной и оздоровительной целью, но и для проведения морских экскурсий, осуществления подводного туризма, рыбной ловли и т. п. Пляжные ресурсы Запорожского края являются благоприятным фактором как для развития туризма в целом, так и для развития экскурсионной деятельности. Это обусловлено не только популярностью купально-пляжного отдыха, но и более эффективным

использованием земель по сравнению с другими формами природопользования. Прибрежная полоса Азовского моря мелководная, с ровным дном, слегка снижается, с характерным чередованием отмелей («перекатов»), которые не смываются даже в шторм, когда сила ветра достигает 12 баллов. Общая длина пляжей составляет 338 км, из которых только 208 км могут быть привлечены к туристической деятельности без соответствующей инженерной подготовки. Самая ценная часть пляжей сосредоточена вдоль внешних (восточных) береговых кос, которые глубоко врезаются в море. Освоение пляжей Запорожского края ограничено из-за отсутствия достаточных запасов питьевой воды.

Климат является важным фактором формирования ландшафтов, он влияет на развитие рельефа. От климатических особенностей зависит сезонное использование в туристической деятельности целого ряда объектов (природных, исторических), а от светового дня – режим работы естественнонаучных музеев, расположенных под открытым небом. Запорожский край относится к территориям с благоприятными климатическими условиями для развития туризма (Культура і туризм, 2017). Он расположен в сухостепной зоне с умеренно-континентальным климатом, который характеризуется жарким и сухим летом и нехолодной зимой; средняя продолжительность безморозного периода составляет более 200 дней, интенсивность солнечной радиации достигает 125 ккал/см2. Средняя годовая температура воздуха колеблется от +7,2°С до +10,3°С, а среднемесячная температура июля – от +22,5°С до +23,7°С. В последнее время эта температура достигает +30°С и выше. Преимущественно солнечная погода почти на протяжении всего теплого периода, теплое море с прекрасными пляжами и удобными для купания прибрежными отмелями (7% от площади акватории моря) создают благоприятные условия для организации аэротерапии (лечение воздушными ваннами), гелиотерапии (лечение солнечными ваннами) и талассотерапии (лечение морскими ваннами), а также для подводного туризма и экскурсий в акватории Азовского моря. По климатическим условиям территория Азовского побережья Запорожского края близка к условиям Одесского побережья и Южного берега Крыма и крайне благоприятна для организации климатических курортов и туристической деятельности.

На территории Запорожского края имеются значительные запасы минеральных вод и лечебных грязей (пелоидов) сульфидно-илового типа, что способствует развитию лечебного (курортного и санаторного) туризма. По своим бальнеологическим свойствам минеральные воды региона подразделяются на воды без специфических компонентов и воды со специфическими компонентами (Сорокіна,1993, с. 46–48). Потенциальный ресурс минеральных вод составляет 5492 м3/сутки. Общий водоотбор для внешнего применения – 600 м3/сутки. Промышленный розлив минеральных лечебных подземных вод в районе не осуществляется. По характеру распространения и свойствам минеральных вод в пределах региона выделяют 2 бальнеологические

района: 1) Восточный (Преслав, Азов, Приморск, Бердянск, Новопетровка, Старопетровка, косы – Обиточная и Бердянская), для которого характерны хлоридные, различные по минерализации и величине Рн, воды со специфическими компонентами: сульфидные, бромные, йодо-бромные, железистые, бромно-железистые мышьяковистые воды; 2) Западный бальнеологический район (побережье Утлюцкого, Молочного лиманов и устьевых частей рек Домузгла, Корсак, Лозоватка), – здесь распространены хлоридные мало- и среднеминерализованные нейтральные и слабокислотные воды, встречаются также слабосульфидные и гидрокарбонатные. Однако широкого применения в лечебной практике они не получили – эти территории расположены в «резервных» зонах туристического освоения).

Потенциальный ресурс грязей составляет 5371,03 тыс. $м^3$. Лечебные грязи эксплуатируются на двух участках, а третья является перспективной: 1) Месторождение «Озеро Большое», расположенное на Бердянской косе в пределах курорта «Бердянск», в санаториях которого грязи используются с лечебной целью;среднегодовая добыча составляет 63,4 $м^3$, запасы лечебных грязей не оценены; 2) Месторождение «Кирилловское» расположено в устье реки Тащенак, которая впадает в Молочный лиман. Запасы оценены в объеме 41,8 тыс. $м^3$ и рассчитаны на 50 лет использования. Среднегодовая добыча составляет 99 $м^3$. Грязи используются в лечебных целях санаторием «Кирилловка»; 3) Месторождение в районе г. Приморск:разведанные и оцененные запасы лечебных грязей Большого и Молочного лиманов, в объеме 250,6 тыс. $м^3$, что дает возможность прогнозировать перспективное развитие курорта «Приморск». Эксплуатационные запасы пресных подземных вод, пригодных для питьевого водоснабжения, по 12 разведанным месторождениям составляют 109,3 млн. $м^3$/год (299,5 тыс. $м^3$/сутки) .Водообеспеченность области достаточно высока и в пересчете на 1 чел. составляет 29,6 тыс. $м^3$ в год, в основном за счет стока р. Днепр. Водообеспеченностьподземными водами составляет всего 0,061 тыс. $м^3$ в год, а местным поверхностным стоком – 0,30 тыс. $м^3$ в год (Стан воднихресурсів Запорізької області, 2017).

Несмотря на достаточные запасы поверхностных и подземных вод, водные ресурсы распределены по территории области крайне неравномерно. По северо-западной окраине области протекает главная водная артерия – река Днепр. Общая ее длина в пределах области составляет 167,5 км. Вся территория области разделена генеральной линией водораздела, которая идет с востока на запад, на два водосборные бассейны – р. Днепр и Северного Приазовья, где реки маловодные и пересыхающие. Также территориально неравномерно распределены запасы подземных пресных вод, пригодных для питьевого водоснабжения. Гидрогеологические условия формирования ресурсов подземных вод в различных частях области неодинаковы. Девять районов области из двадцати не имеют эксплуатационных запасов (Стан воднихресурсів Запорізької області, 2017). На части рек и озер Запорожского края возможно развитие различных видов

водного туризма и сети яхт-клубов, экскурсионной деятельности. Но большинство из них не задействованы в туристической деятельности в связи с тем, что летом они местами пересыхают, для них характерно снеговое питание, ярко выраженное весеннее половодье, низкая межень, прерываемая невысокими ливневыми паводками, русла извилисты, заилены и заболочены. На территории региона также ощутимым является дефицит питьевой воды и воды для хозяйственно-бытовых нужд, что сдерживает развитие туризма.

Значительное влияние на развитие туристической деятельности имеют ландшафтные ресурсы. Разнообразие природных ландшафтов, благоприятные и комфортные условия, возможность экстрима создают предпосылки для развития различных видов туризма. Наоборот, однообразие и неприглядность ландшафтов определенных территорий сдерживают развитие на них туристической деятельности. К таким территориям принадлежит и регион исследования, который почти весь расположен на равнине в пределах зоны настоящих степей и лишь по побережью Азовского моря, в юго-западной части, есть участки опустыненной степи. Кристаллические породы, которые создают пороги и водосбросы в руслах рек, а на склонах – причудливые скалы, придают ландшафтам особенную привлекательность для туристов.

На сегодня территория Запорожского края почти вся распахана (81,8% всей площади занимают сельскохозяйственные угодья). Небольшие участки целинных земель сохранились лишь на непригодных для обработки поймах и склонах речных долин, оврагов и балок. Общая площадь лесного фонда региона составляет 118,9 тыс. га. Леса региона характеризуются относительно невысокой производительностью. Лесистость с учетом полезащитных лесных полос равна лишь 4,04% при общей по Украине – 15,9% (научно обоснованная оптимальная лесистость для территории Запорожского региона – 5%) (Лісиобласті, 2017). Количество охотничьих животных в Запорожской области равно 1,8 тыс. голов копытных животных,118,8 тыс. голов пушных зверей и 367,1 тыс. шт. пернатойдичи (Лісиобласті, 2017). Видовой состав животного мира Запорожского края не отличается разнообразием. Наибольший интерес вызывают охотничье-промысловые животные, птицы и рыбы. Основные рыболовные места – это Азовское море, р. Днепр и водохранилища (Каховское и Днепровское), малые реки и пруды. Итак, флора и фауна в пределах Запорожского края не отличается большим разнообразием, но на основе имеющихся ее представителей можно организовать такие виды туристических занятий, как спортивная охота и рыболовство.

Весомое значение для организации и осуществления туристической деятельности в Запорожском крае имеют территории и объекты природно-заповедного фонда. На территории региона расположено 332 территории природно-заповедного фонда общей площадью свыше 122 тыс. га, из них 23 – общегосударственного значения и 308 – местного значения (Лісиобласті,

2017). В Запорожском крае создано 2 национальных природных парка: «Большой Луг» и Приазовский. В 2006 г. в пределах Васильевского района Запорожской области создан национальный природный парк «Великий Луг» (общая площадь составляет 16756 га) с целью сохранения, воссоздания и рационального использования типичных и уникальных природно-ландшафтных и историко-культурных комплексов степной зоны, которые имеют важное природоохранное, научное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение. В 2010 г. в пределах Мелитопольского, Акимовского, Приазовского, Бердянского районов, а также городов Бердянск и Мелитополь, в акваториях Утлюцкого и Молочного лиманов и шельфовой зоны Азовского моря создан национальный природный парк «Приазовский» (общая площадь которого составляет 78126,92 га) с целью сохранения, воссоздания и рационального использования типичных и уникальных степных и водных природных комплексов северо-западного побережья Азовского моря, имеющих важное природоохранное, научное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение.

На территории области есть один природный заповедник – филиал Украинского государственного степного заповедника «Каменные могилы», который пользуется популярностью для организации туристической деятельности. Заповедник расположен на востоке области (Куйбышевский и Розовский районы) в пределах Приазовской возвышенности. «Каменные могилы» – комплексный по своей природной ценности объект, который находится под охраной. Он представляет в миниатюре горную страну, образованную выходами древних докембрийских гранитов, которые простираются в виде двух высоких параллельных гряд с многочисленными гротами, нишами и т. п. Заповедник является образцом развития природных процессов в условиях степной зоны и характеризуется сложным комплексом условий существования: возраст, топография, степень денудации, интенсивность антропогенного воздействия.

В Запорожском крае важными элементами в общей структуре экосети регионального и общеевропейского уровней являются 5 водно-болотных угодий международного значения: «Молочный лиман», «Коса Обиточная и залив Обиточный», «Устье р. Берды, коса Бердянская и залив Бердянский», «Архипелаг Большие и Малые Кучугуры» и «Пойма Семь Маяков». Общая площадь водно-болотных угодий области составляет 36014,25 га. В 2011 г. двум новым территориям в Васильевском районе был присвоен статус водно-болотных угодий международного значения: «Архипелаг Большие и Малые Кучугуры» площадью 7674,25 га и «Пойма Семь Маяков» площадью 2140 га (Стан водних ресурсів Запорізької області, 2017). К районам, которые имеют статус природоохранных территорий государственного значения, относятся: Бердянский, Васильевский, Вольнянский, Гуляйпольский, Запорожский, Мелитопольский, Приазовский, Приморский, Куйбышевский, Акимовский.

Необходимо отметить, что тормозит развитие туристической деятельности в Запорожском крае и экологическая ситуация. Состояние окружающей среды в регионе определяется высоким уровнем развития индустриального комплекса, ресурсо- и энергоемких отраслей. Регион относится к наиболее техногенно нагруженным территориям Украины (Зайцева, 2015). Острейшими проблемами в Запорожском крае является интенсивное загрязнение поверхностных и подземных вод, воздуха и земель в результате хозяйственной деятельности, накопление в больших объемах промышленных и бытовых отходов. Большой вред наносит и береговая абразия, которая приводит к потере ценных прибрежных земель, которые являются ведущим туристическим ресурсом региона. Береговой абразии наиболее подвергаются побережья Азовского моря и берега р. Днепр. Такая экологическая ситуация требует новых подходов с целью ее улучшения путем приближения экономики к экологии, перехода к системным методам изучения экологических проблем, рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды.

Выводы и результаты исследования

1. Проанализировав природные особенности территории Запорожского края, приходим к общему выводу, что одни его природные туристические ресурсы в силу их особенностей – климат, бальнеологические, грязевые, биологические ресурсы – способствуют развитию туристической деятельности, а другие – рельеф, пейзажное однообразие, дефицит питьевой воды, низкий коэффициент аттрактивности – сдерживают ее.
2. Следовательно, важным является вопрос рационального использования природных ресурсов в процессе социально-экономического развития Запорожского края, повышения инвестиционной привлекательности и экономического освоения данных ресурсов в будущем при соблюдении природоохранных принципов.

Список литературы

1. Бортников, Є. Г.; Бортникова, А. Є.; Будько, М. В. (2013). Діалог із довкіллям: відродження духовно-екзистенційнихсмислів людського буття у світі. *Людиномірність у культурі, науці й освіті: філософсько-методологічні аспекти*, с. 162–203.
2. Дослідження історико-культурного, курортно-туристичного пріоритету розвитку Запорізької області. (2007). *Аналітичнийзвіт, підготовлений експертом проекту СергіємМогильним*.
3. Зайцева, В. М.; Корнієнко, О. М. (2015). Сучасний стан курортно-туристичноїсфери Запорізької області.*Економіка. Управління. Інновації*, 3 (15). Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/eui_2015_3_11.pdf

4. Запорізький край – край козацької звитяги, степоваперлина Півдня України. (2017). *Запорізька обласна державна адміністрація ,Департамент культури, туризму, національностей та релігій*. Режим доступу: http://www.zotic.zp.ua/uk
5. Культура і туризм. (2017). *Запорізька область*. Режим доступу: http://www.zoda.gov.ua/article/61/kultura-i-turizm.html
6. Ліси області. (2017). *Запорізьке обласне управління лісового та мисливського господарства.* Режим доступу:http://les.zp.ua/lisy/
7. Мальська, М. П.; Антонюк, Н. В.; Ганич, Н. М. (2008). Міжнародний туризм і сфера послуг.
8. Сорокіна, Н. С. (1993). Лікувальнімінеральні води Приазов'я. *Природа та господарствоПівнічногоПриазов'я*, с. 46–48.
9. Стан водних ресурсів Запорізької області. **(**2017). *Запорізька обласн державна адміністрація. Департамент екології та природнихресурсів*. Режим доступу: http://zdn.gov.ua/view/stan-vodnih-resursivzaporizkoi-oblasti.html
10. Ross, S. (1999). Evaluating Ecotourism: the Case of North Sulawesi, Indonesia. *Tourism Management*, 20 (6), p. 673–682.
11. Weaver, D. B. (1999). Magnitude of Ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism Research,* 26 (4), p. 792–816.

SYNERGY EFFECT MEASUREMENT OF MERGERS AND ACQUISITIONS

Belosluttceva-Scheppler Valeriia [a]**, *Belosluttceva Liudmila*** [b]

[a] *University of Savoy Mont Blanc, Chambery, France*

[b] *Sochi State University, Sochi, Russia*

Annotation. Corporate restructuring is a big part of the corporate finance world nowadays. The mergers and acquisitions transactions are arranged to bring separate companies together to form larger ones. Deals can be worth hundreds of millions or even billions of euros. The study area of this issue is to consider the merge and acquisition theory, types of mergers and acquisitions from the point of business structures, receiving and strengthening the synergetic effect by means of cumulative results.

Keywords: mergers and acquisitions, synergy effect, companies restructuring, acquisition process, cumulative results.

Introduction

The terms mergers and acquisitions are often used together as though they are synonymous, but there is a distinction between them. If a company takeovers another company and announce oneself as a new proprietor, such a deal is called an acquisition. That means that the company, which was bought, does not exist anymore and only the buyer's stocks are on the stock market. The deal is called a merger if the firms, usually the equal size, agree to be owned and operated jointly. In this case the stocks of joint companies' are given up to be replaced by the new company stocks. Such a "mergers of equals" are rather rare deals. Typically, one company buys another one and just let the acquired company to declare that the

deal was a merger of equals - it could be a significant term of a deal (although theoretically it is an acquisition). For the bought company the public opinion in case of acquisition is negative, so, performing the deal as a merger, the deal makers attempt to mark the takeover more agreeable. If the CEOs of both companies reach agreement to join for the top interest of both companies such a deal is also called a merger. So, if the deal is considered as merger or acquisition depends on how it is proclaimed. The actual difference is in the way of announcement and the attitude of bought company's decision makers, shareholders and employees.

Materials and Methods

One could hardly find the other problem of the economic theory and practice cause more discussions than a problem of merge and acquisition. There are several competing theories of mergers and acquisitions. The earlier ones are empire-building (Baumol, 1967; Mueller, 1969), monopoly power (Roll, 1986), management entrenchment (Shleifer and Vishny, 1989). Some economic studies found that acquiring returns zero or negative impact (Connor and Geithman, 1988). Finance and industrial-organization studies show not many proofs of efficiency gains from mergers and acquisitions (Smith, 1986; Bhuyan, 2002). McGuckin and Nguyen (1995) found that ownership change is positively related to initial labor productivity and labor productivity growth for small companies but not for large ones. It was concluded that buyer companies acquire poorly performing large targets because they are good assets that appeared to be worth fixing and make smaller acquisitions for synergistic reasons.

The methods used for this research paper are analysis, synthesis, comparison, classification and grouping.

Study Area

The main aim to buy a company is the creation of stockholder value more than the sum of both companies. Joint companies become more valuable than single companies and it is the key reason of mergers and acquisitions. Powerful companies takeover the smaller ones to establish more competitive and efficacious company in order to increase a larger market segment and to reach greater effectiveness. For these prospective profits, smaller companies frequently decide to be acquired as they may consider that will not be able to subsist unaided.

Acquisition process is the following: the first step is to do a tender offer. One company declares if it intends to buy the other company. Business press advertises the tender offer. The tender offer could be accepted by the target company or the terms of the offer could be negotiated. Very often target companies have several bidders and attempt to negotiate for the merger's future success. When the target company

accepts the tender offer and all the requirements are done, the deal is made by means of some transaction. When the deal is finished, investors obtain a new stock - the expanded stock of acquiring company's.

Types of mergers and acquisitions from the point of business structures are presented in the table (Table 1).

Table 1. *Types of mergers and acquisitions from the point of business structures*

Type	Description
horizontal merger	two companies that are in direct competition and share the same product and markets
vertical merger	a customer and company or a supplier and company
market-extension merger	two companies that sell the same products in different markets
product-extension merger	two companies selling different but related products in the same market
conglomeration	two companies that have no common business areas
transnational & cross-border mergers and acquisitions	merger of companies in different countries and takeover of other country's companies
corporate alliances	the merging of two or several companies focused on the determined business segment, providing synergetic effect only in this segment, when other businesses of the companies continues to work independently

The main reason for companies restructuring in the form of mergers and acquisitions is receiving and strengthening the synergetic effect by means of cumulative results which much more exceeds the sum of the separate companies' results. The companies hope to benefit from the synergetic effect to be reached by the economies of scale, staff reductions, acquiring new technology, combination of mutually complementary resources, improved market share and industry visibility (Table 2).

Table 2. *The cumulative results of synergetic effect*

The cumulative result	Effect
The economies of scale	Mergers and acquisitions enhance purchasing power to buy equipment, office supplies, stationery, new corporate IT systems ant etc. - to place larger orders, companies have a greater ability to negotiate prices with their suppliers and can save more on costs
Staff reductions	Every employee knows, mergers or acquisition means job losses for money to be saved from reducing the staff
Acquiring new technology	To be competitive companies need the up-to-date technology - buying a company with unique technologies it is easier to maintain or develop a competitive advantage
Combination of mutually complementary resources	The companies receives the resources cheaper, than they would cost if it was necessary to create them independently as the separate companies; most often much cheaper and quicker to get them by merging the company which already has/makes them

Improved market share and industry visibility	Takeovers are made to reach new markets and raise revenues and incomes by means of enlarging two companies' marketing and distribution and providing new trade opportunities. Company's position in the investment community can be also improved, as bigger companies have an easier time raising capital than smaller ones

So, the synergy is a state when joint work is to produce the greater effect than the sum of the individual effects and for joint companies there ought to be the synergy effect under mergers and acquisitions.

The success of mergers and acquisitions is measured by the result of the deal - if the synergy is achieved. All acquisitions have the common aim: to create synergy that makes the value of the combined companies greater than the sum of the two separate ones. Acquisitions are the activities for companies to reach the economies of scale, effectiveness and greater market visibility when there is no exchange of stock or consolidation as a new company: a company buys another company with cash, stock or a combination of those methods. Acquiring companies usually pay a considerable reward on the stock market value of the bought companies: shareholders always benefit from merger as the company's post-merger share price growths by the valuation of potential synergy. Buyers need to pay a reward as they intend to acquire the company, irrespective to pre-merger value. For them the reward means the share of expect post-merger synergy results, while for sellers, the reward means the company's perspectives for the future.

To determine if the deal makes sense the following formula for the minimum required synergy is implemented: pre-merger value of both companies + synergy / post-merger number of shares = pre-merger stock price.

So, a merger or acquisition could be considered as a successful one when the value of the buyer is enriched by the deal.

Results

Mergers and acquisitions are often motivated by global challenges such as globalization, technological rush, changing economic issues which makes the outlook unclear and intend for defensive actions. So, it could be decided to acquire the competitor before being acquired. The deals are based on idea that only big companies could survive in the world of ever growing competition.

But the prospects for success could be blocked by plenty of reasons. One could happen if the corporate cultures of the companies are rather different, as for company acquisition the decisions are mostly based on market synergies with ignore of cultural differences. This side of working environment could seem not so important, but it may result in productivity decrease. It is needed to pay special attention to the personnel issues.

After a restructuring deal companies usually focus on minimizing costs caused by mergers, but it influence to decrease in revenues, and correspondingly, profits. When merging companies focus on integration and cost-cutting they do not pay enough attention to everyday activities, making the customers worried. The decrease of revenue often becomes the cause of mergers fail for shareholders value generating.

But in the long run the effectiveness and greater market visibility surely became the advantageous and strong managers reach considerable effectiveness out of competitors. The success of mergers and acquisitions strongly based on proper analyses of the deal by decision makers, process of integration and maintaining day-to-day management.

Conclusion

1. In order to succeed in business the expansion ownership should be reached through mergers and acquisitions.
2. Mergers and acquisitions generate synergies, economies of scale, expanding operations and costs-cutting.
3. For investors the takeover deal – being a merger or acquisition - brings greater market power.
4. Throughout acquisition the additional investments can be attracted for fund growth and further company development.
5. Investors need to consider the complex issues of mergers and acquisitions deals. The most beneficial form of mergers and acquisitions equity structure requires the comprehensive analysis of the costs and benefits associated with such a deals.

References

1. Bhuyan, S. (2002). Impact of vertical mergers on industry profitability: An empirical evaluation. Rev. of Industrial Organization, 20, p. 61-79.
2. McGuckin, R.; Nguyen, S. V. (1995). Exploring the Role of Acquisition In The Performance Of Firms: Is The "Firm" The Right Unit Of Analysis? Center for Economic Studies, U.S. Census Bureau, Working Papers 95-13.
3. Roll, R. (1986). The Hubris Hypothesis of Corporate Takeovers, The Journal of Business, .59 (2), 1, p. 197-216.
4. Smith, M. M. et all. (1986). Mergers and Bidders' Wealth: Managerial and Strategic Factors. The economics of strategic planning, *Lexington Books, Lexington, MA*, p.201-220.

ТУРИЗМ КАК КАТАЛИЗАТОР ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ И СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО РАЗНООБРАЗИЯ

Бортникова Анастасия

Мелитопольский государственный педагогический университет им.Богдана Хмельницкого, Мелитополь, Украина

Аннотация. В условиях глобальных изменений, перед угрозой культурной унификации возрастает необходимость усилий по поддержке разнообразия культурного наследия как одного из ресурсов устойчивого развития. Культурное наследие разных народов и цивилизаций может и должно стать основой для межкультурной коммуникации и мирового прогресса, а национальное культурное наследие – основанием для подъема современной культуры, и значительная роль в этом отводится культурному туризму как «потребителю» культурного ресурса. Историческое и культурное наследие – ключевой элемент культуры и национальной идентичности любой нации, независимо от степени ее модерности. Поэтому охрана и актуализация национального наследия должны относиться к приоритетам эффективной государственной культурной политики любого развитого государства. К тому же на основе национального культурного наследия могут с успехом развиваться такие отрасли современной постиндустриальной экономики, как культурные индустрии, туризм, гостинично-ресторанный бизнес и вся сфера услуг.

Ключевые слова: культура, туризм, глобализация, культурное наследие, культурное разнообразие.

Введение

Особую значимость и остроту на фоне развития международного туризма обретает в последнее время проблема наследия. Культурный туризм, как известно, охватывает посещение исторических, культурных и других достопримечательностей. Основная цель таких путешествий – ознакомление с памятниками истории, архитектуры, искусства, природными и этническими особенностями, современной жизнью народа. Как феномен культуры и как фактор, ее характеризующий (Соколова, 2007, с. 3), туризм способствует раскрытию и постижению разных сторон и характеристик самой культуры: ее сущности, видов, форм и функций в «живом» виде. На конкретных примерах можно ознакомиться как с уровнем развития определенных исторических эпох и цивилизаций, так и со степенью совершенствования различных сфер человеческой жизни и деятельности. Факторы исторической преемственности визуализируются, значительно активизируются познавательная, информативная, коммуникативная, оценочная стороны восприятия действительности. Во время тура происходит освоение «чужого» социокультурного пространства; каждым туристом даже на подсознательном уровне через знакомство, выявление, изучение и сопоставление национальных характеров, ментальности, архетипов проводится

компаративный анализ отношения к природе, обществу и отдельному человеку – и в «чужом», и в «своем» социуме. Традиции, новации и нормы в культуре также во многом могут быть актуализированы и раскрыты посредством туризма.

Наряду с преимуществами туризма (новые рабочие места, прибыль в бюджет государства, усовершенствование местной инфраструктуры и др.), существуют и его негативные последствия: отрицательное влияние на экологическую ситуацию из-за увеличения транспортного потока; ухудшение состояния культурного и природного наследия из-за увеличения количества туристов, посещающих объект; загрязнение бытовыми отходами и строительство также негативно отражается на состоянии наследия (Международное сообщество привлекает внимание государств к этой проблеме в конвенции «Об охране всемирного культурного и природного наследия», в которой говорится о серьезной опасности для культурного и природного наследия из-за быстрого развития городов и туризма, стоит упомянуть и «Ольборгскую хартию больших городов»); туризм может быть опасным для местного населения туристических зон, особенно в развивающихся в экономическом отношении странах. Строительство гостиниц, ресторанов, развлекательных комплексов, паркингов и т. д. часто наносит ущерб интересам населения.

Анализ научной литературы

Теория и практика в сфере наследия – это междисциплинарная область знаний, поэтому закономерно, что в ее формирование внесли вклад представители многих направлений философии, истории, культурологии и т. д. (труды Бурдье,1993, Кребера, 1952, Лотмана, Малиновского, 2004, Рерих, Тейлора, Тойнби, 2012, Шпенглера, Ясперса, 2000 и др.). Современные исследования сосредоточены преимущественно на выводах о необходимости более широкого применения маркетинга прошлого в современном обществе и на способах осуществления менеджмента и политики в сфере наследия (менеджмента культурных ресурсов), разработки географической (пространственной) концепции наследия, подходов к единству культурного и природного наследия, применения инструментов экологического мониторинга к культурному наследию, концепции уникальной территории, интерпретации наследия в ходе туризма и др.

Проблема сохранения культурного и природного наследия человечества, которое разрушается и уничтожается в результате развития международного туризма, индустриализации, развития производства и временных факторов, находится под контролем международных межправительственных организаций, таких как Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (UNESCO), Всемирная Туристская Организация (UNWTO), Международный совет по охране памятников и исторических мест (ICOMOS), которые проводят международные мероприятия, принимают документы, стабилизирующие развитие туризма.

Международными документами, направленными на эффективное решение проблем устойчивого развития туризма, с одной стороны, и сохранения культурного наследия, с другой, стали «Глобальный этический кодекс туризма», принятый ВТО в 1999 г., Конвенция ЮНЕСКО «Об охране всемирного культурного и природного наследия», которая будет отмечать свое 50-летие в 2022 году.

Однако теория и методология развития культурного туризма еще недостаточно разработана, что не дает возможности на практике должным образом реализовать ее потенциал. Для туризмологии все более актуальной становится разработка теоретических основ изучения культурного туризма, в частности анализ культурно-познавательных интересов людей как стимула к необходимым организационным мероприятиям по развитию культурного туризма и сохранению культурно-исторического наследия, – этому и посвящена данная работа.

Вопросы о влиянии туризма на уровень охраны культурного наследия возникли в середине 70-х годов, когда общество осознало необходимость защиты памятников от негативного влияния туризма на их сохранность. Последние события в мировой практике охраны памятников показали необходимость нахождения «золотой средины» между защитой памятников от разрушения, причиняемого потоком туристов, и расширением доступа последних к объектам культурного и природного наследия. Этот подход является чрезвычайно актуальным и на сегодня. Культура и традиции относятся к числу тех ресурсов, которые в XXI в. начали использоваться как фактор социально-экономического развития государств. За последнее столетие в мире взгляды на концепцию наследия претерпели значительные эволюционные изменения.

Новейшее понимание культурного наследия включает не только памятники культуры и истории, но и окружающую природную и территориальное среду, уникальные историко-ландшафтные территории, инженерные сооружения, нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, речь, диалекты и говоры, национальные традиции и обычаи, исторические топонимы, фольклор, художественные промыслы и ремесла, включая, таким образом, и материальные (физические), и нематериальные (духовные) компоненты. Вместе с тем, в подходах к материальному культурному наследию, на наш взгляд, имеет место пробел в теоретическом осмыслении ее роли как мощного фактора самоидентификации сообществ разного уровня и эффективного инструмента их развития. Эта новая роль признается и декларируется многими исследователями (Лисицкий, 2004 , с. 4), однако при этом должным образом не анализируются причины и механизмы проявления этих свойств наследия.

Глобализационные процессы, происходящие в мире, привели к необходимости рассмотрения наследия в системе координат «локальное–глобальное». Будучи по своей природе синергетическим ресурсом, наследие остается во многих отношениях «вещью в себе», то есть не

будет использоваться, оставаясь на уровне физических культурных ресурсов, если оно не задействовано в жизни местного сообщества. Материальное культурное наследие всегда имеет четкую локализацию в определенной местности, всегда «вписано» в конкретное местное сообщество, создавая для него физически ощутимые «метки» или ориентиры в пространстве и времени, базу для местной идеологии, составляя ресурсы для реализации образовательных программ, развития туризма и связанных с ним секторов экономики.

В то же время, безусловно, в сфере культурного наследия четко проявились тенденции глобализации. Современный мир создает целую систему угроз и вызовов относительно культурного наследия. В условиях динамичного и все более ускоряющегося развития физические культурные ресурсы подвергаются угрозе полного или частичного разрушения в случае невключенности в эти процессы. Даже такая положительная тенденция, как развитие туризма, в случае отсутствия надлежащего контроля со стороны власти могут нанести объектам наследия значительный ущерб. Угрозы для наследия содержатся также в результатах экономического развития, промышленного освоения новых территорий, новых программах городского развития, в ходе которых реконструируются или перестраиваются целые кварталы, военных конфликтов, загрязнения природной среды. Во многих странах мира программы сохранения наследия испытывают постоянную нехватку финансовых, административных и технических ресурсов.

Значительно усложнились процессы формирования политики и менеджмента в сфере наследия. Они вызваны «размыванием» границ, появлением наднациональных структур, занимающихся проблемами наследия, новых «игроков» в лице компаний, банков и корпораций транснационального уровня, фондов всемирного и регионального уровня, неправительственных и некоммерческих организаций (Лисицкий , 2004, с. 6). В свете этого необходима активизация формирования механизмов социального партнерства, новых механизмов принятия решений, значимых для местных сообществ, между национальной и региональной властью, государственными органами, ответственными за социально-культурное развитие, организациями третьего сектора и бизнес-структурами по включению культурной наследия в программы развития разного уровня.

Существует значительное количество определений материального (физического) культурного наследия. Как точкой отсчета воспользуемся общепринятым определением Конвенции ЮНЕСКО по защите всемирного культурного наследия от 1972 года. Ст. 1 Конвенции, которая классифицировала понятие культурного наследия по трем категориям: 1) памятники: архитектурные сооружения, монументальная скульптура или живопись, элементы или структуры археологического происхождения, наскальная живопись, пещерные жилища, а также объекты, имеющие комбинацию этих черт и представляющие выдающуюся универсальную ценность с точки

зрения истории, искусства или науки; 2) группы домов (зданий): группы отдельно стоящих или связанных между собой зданий, которые в силу своей архитектуры, гомогенности или места в ландшафте представляют выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, искусства или науки; 3) объекты: созданные человеком или комбинированные образования природы и человека, а также территории, включающие археологические объекты, которые имеют выдающуюся ценность с исторической, архитектурной, этнологической или антропологической точки зрения (Jelincic, 1999).

Материальное культурное наследие представляет собой сложную социокультурную систему, которая подчинена синергетическим законам, активно взаимодействует с пространством (средой) и временем и является носителем изменчивой информации во времени и пространстве. Наследие органично входит в суперсистему самой культуры, являясь, с одной стороны, одним из способов рассмотрения самой культуры, с другой – ее своеобразной «памятью». Именно наследие лежит в основе информационных кодов, обеспечивающих «производство», накопление и передачу информации в человеческой цивилизации. Т. обр., образуется система взаимосвязей между культурой, наследием и информацией, функционирование которой и позволяет воспроизводить и совершенствовать достижения культуры для новых поколений человечества.

Информационно-временной аспект в определении понятия наследия подчеркивал также Д. Лихачев в проекте Декларации прав культуры, понимая под ним форму закрепления и передачи совокупного духовного опыта человечества. При этом он четко выделяет две его составляющие: духовную (язык, идеалы, традиции) и материальную (музейные, архивные, библиотечные фонды, памятники археологии, архитектуры, науки и искусства, памятные знаки, сооружения, ансамбли, достопримечательные места и другие свидетельства исторического прошлого, уникальные ландшафты, совместные творения человека и природы, современные сооружения, особенно ценные с точки зрения истории, искусства или науки) (Перъе-Д'Итерен, 2003). Культурное наследие – это то, что получило ценностное признание в прошлом и ценность чего ожидается в будущем. Поскольку эта ценность и ее ожидания меняются со временем, это утвердило культурное наследие как субъект динамического изменения.

Туризм является важным средством для включения наследия в мировые информационные, экономические и политические потоки, а также процесс развития. В последнее время именно туризм рассматривается как эффективное средство массовой востребованности и доступности культурных ценностей. В то же время развитие туризма является способом продвижения глобализации в сфере материального и духовного наследия. Как отмечает хорватская исследовательница Д. Елинчич (Jelincic, 1999), поскольку туризм не статический феномен, а динамический процесс, то он влияет на традиции / культурное наследие. В определенных местных

сообществах традиция меняется в результате туризма. Или если традиции не существует, ее изобретают или создают (Jelincic, 1999). Таким образом, туризм вполне можно назвать катализатором глобализации в сфере использования наследия. В то же время, туризм вызывает и обратный процесс поиска национальной и региональной идентичности, которая невозможна без наличия материального наследия. Как отмечает в связи с этим сербская исследовательница М. Драгичевич-Шешич (2003), культурный туризм как «путешествие в историю» особенно развит в тех странах, в которых подчеркиваются ценности культурно-исторических традиций, а также там, где уделяется большое внимание развитию национального самосознания, особенно среди малых народов, борющихся против культурной ассимиляции (Драгичевич-Шешич, 2003).

Вместе с тем, есть еще один серьезный аспект при организации туризма в сфере наследия, на который обращает внимание французская исследовательница К. Перье-Д'итерен (2003), – методическое и организационное обеспечение туризма в сфере наследия: научные и учебные заведения, нередко при поддержке Европейской комиссии, разрабатывают всевозможные программы; проводятся семинары, «круглые столы» и дискуссии, участники которых рассматривают эту тему с разных позиций; заказываются специальные исследования, пересматриваются старые, вводятся в действие новые документы (Перъе-Д'Итерен, 2003). Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (UNESCO) с 1988 года занимается разработкой и внедрением образовательных программ в сфере культурного туризма в виде открытых семинаров, которые проводятся во всем мире при поддержке федеральных Бюро ЮНЕСКО, а также включаются в образовательные программы университетов Европы с участием кафедр ЮНЕСКО, таких как IREST (Франция, Париж), Болонский университет (Италия), университет UDC (Бразилия), Исследовательский Центр по туризму, паломничеству и рекреации университета г. Хайфа (Израиль), Институт международного образования и развития, Университет г. Тулуза (Франция) и др. В учебные программы ЮНЕСКО в области культурного туризма входят следующие темы: Всемирное наследие и туризм, Всемирное наследие в руках молодых: знать ценить и действовать, Менеджмент туризма в городах-музеях, Экологический туризм в программе «Люди и биосфера» (MAB Program) и др.

Идея исследования заключается в том, что индустрия туризма, как один из наиболее динамичных секторов экономики, должен принимать активное участие в сохранении культурного и природного наследия. Основой для этого должна выступить профессиональная подготовка специалистов для культурного туризма. Но на этом пути возникают многие противоречия, в первую очередь между потребностью культурного туризма в специалистах, способных на высоком профессиональном уровне реализовывать программы ЮНЕСКО в сфере культурного туризма, с одной стороны, и отсутствием теоретического обоснования и методического обеспечения

профессионального туристического образования, направленного на подготовку таких специалистов, с другой; между высоким культурным потенциалом туристических регионов и крайне низким уровнем предложения турпродукта (Канищев, 2007).

На фоне быстрых изменений в стороне остается собственно деятельность по сохранению наследия, то есть один из фундаментов политики в отношении наследия, которая в действительности должна выдвигаться на первый план. В наше время наследие рассматривается или исключительно с гедонистической позиции, или как продукт потребления. Такая позиция создает явные и скрытые угрозы для самого существования объектов наследия. Как зафиксировано в Конвенции ЮНЕСКО об охране всемирного культурного и природного наследия (в последнее время ее стали называть «культурным ландшафтом»), «ему все больше угрожает разрушение, вызванное не только традиционными причинами повреждений, но и эволюцией социальной и экономической жизни, что увеличивает их еще более вредными и разрушительными явлениями». Это выводит на первый план деятельность по созданию системы прочных связей между наследием и туризмом, прежде всего путем реализации образовательных программ. К. Перье-Д'итерен отмечает, что необходимы целенаправленные усилия, направленные на достижение справедливого равновесия между потребностями туризма, законными интересами правительств, связанными с их стремлением максимально использовать объекты наследия для получения ощутимой экономической выгоды, прерогативами индустрии туризма и, наконец, задачами сохранения наследия (Перъе-Д'итерен, 2003)

Несколько иная, хотя и похожая во многих аспектах, концепция связей наследия и туризма изложена В. Квартальновым (2000). Он отмечает, что объекты национального культурного наследия должны быть представлены разумно и творчески. Научно-технический прогресс сделал свое дело: продукция одной страны практически не отличается от аналогичной продукции другой страны. А в культуре однообразие недопустимо. Регион, желающий стать популярным туристским направлением, должен иметь уникальные культурные комплексы и предлагать их на туристический рынок. Кроме этого, предложена методика оценки культурных комплексов для туристских целей, что может осуществляться двумя основными способами: 1) ранжированием культурных комплексов по их месту в мировой и отечественной культуре; 2) необходимым и достаточным временем для осмотра достопримечательностей, что позволяет сравнивать разные территории по перспективности историко-культурного потенциала для туризма. При этом, однако, названные методы носят весьма субъективный характер: культурные комплексы, интересные с профессиональной точки зрения, не всегда аттрактивны для простых туристов. Кроме этого, имеют большое значение доступность, построение экскурсионных маршрутов, уровень образования, национальные особенности и даже мода. Украинский исследователь проблем сохранения

культурного наследия. Г. О. Андрес (2008) убежден, что «с самого начала, речь должна идти о том, что именно может предлагать туристам как объект для осмотра наше государство и выяснить, какие будут последствия для этого объекта» (Драгичевич-Шешич, 2003).

Выводы и результаты исследования

1. Таким образом, в условиях глобальных изменений, перед угрозой культурной унификации возрастает необходимость усилий по поддержке разнообразия культурного наследия как одного из ресурсов устойчивого развития.
2. Культурное наследие разных народов и цивилизаций может и должно стать основой для межкультурной коммуникации и мирового прогресса, а национальное культурное наследие – основанием для подъема современной культуры, и значительная роль в этом отводится культурному туризму как «потребителю» культурного ресурса.
3. Историческое и культурное наследие – ключевой элемент культуры и национальной идентичности любой нации, независимо от степени ее модерности. Поэтому охрана и актуализация национального наследия должны относиться к приоритетам эффективной государственной культурной политики любого развитого государства.
4. К тому же на основе национального культурного наследия могут с успехом развиваться такие отрасли современной постиндустриальной экономики, как культурные индустрии, туризм, гостинично-ресторанный бизнес и вся сфера услуг.

Список литературы

1. Андрес Г.О. (2008). Розвиток культурного туризму - перспективний напрямок у справі збереження культурної спадщини України. *Міністерства культури і туризму України, Український центр культурних досліджень,- Київ,* с. 45-55, [Электронный ресурс]
2. Драгичевич-Шешич М. (2003) Менеджмент в области культурного наследия [on-line], [cited 20, October].
3. Канищев Т. А. (2007). Профессиональная подготовка студентов туристского вуза к реализации программ ЮНЕСКО в сфере культурного туризма. М., 2007. 26 с.
4. Квартальнов В. А. (2000). Туризм. М., 320 с., [Электронный ресурс] http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism.htm
5. Лисицкий А. В.(2004). Культурное наследие как ресурс устойчивого развития общества. .Москва, с. 157.
6. Перъе-Д'Итерен К. (2003). Туризм и сохранение культурного наследия [on-line], [cited 25, Nov. 2003].
7. Соколова М. В. 2007). Туризм как культурно-исторический феномен: автореферат культурологии: 24.00.01.М., 2007. 26 с.
8. Convention Concerning the Protectionof the World Cultural and Natural Heritage, 1972 [Электронный ресурс] [on-line]. http://www.unesco.org

9. Jelincic D. (1999). Tourism, heritage and globalization [on-line]ю [Электронный ресурс]

НАУЧНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ ЭВОЛЮЦИИ ЦИВИЛИЗАЦИИ – ОТ «ОБЩЕСТВА ЗНАНИЙ» К «ОБЩЕСТВУ ИННОВАЦИЙ»

Савченко Светлана

Национальный институт стратегических исследований, Киев, Украина

Аннотация. Актуальность исследования эволюции общества от «общества знаний» к «обществу инноваций» вызвана тем, что интеллектуальное развитие общества обеспечивает качественное развитие общества. «Общество знаний» конституирует новационно-экономическую модель развития общества, в котором происходит конструирование новационных технологий, плавно трансформирующихся в инновации как фактор устойчивого развития. Центральная проблема данного исследования: концептуализация «общества инноваций», в котором происходит не только социоэкономическая, но и социокультурная трансформация общества, которая осуществляется в мультипроцессах инновационного развития, требующего инновационного человека как креативной личности, которая может выступить объектом и субъектом инновационности. Задачи иссследования: анализ эволюции общества от «общества знаний» к «обществу инноваций», связанной с более высоким развитием производительных сил, требующих соответствующей экономики и соответствующего развития культуры и сознания субъектов этого общества. Цели исследования – сформировать концепцию эволюции общества от «общества знаний» к «обществу инноваций», в основе которой фазы, стадии, полипроцессы эволюционного социума, цивилизации, то есть формирование механизмов движения исторической эволюции генезиса социокультурных и соционтологических оснований, связанных с появлением все большего количества инноваций. Методологической основой исследования выступает системный, структурно-функциональный и синергетический методы и подходы, которые дают возможность проанализировать сложные процессы эволюции общества. Делается вывод, что «общество инноваций» возникает как производство знания и инноваций, что требует создания инновационной инфраструктуры общества, воспитания инновационного человека как создателя инновационного общества.

Ключевые слова: информационное общество, «общество инноваций», инновации, инновационная инфраструктура.

Введение

Актуальность темы исследования в том, что информационное общество сопровождается сменой ценностных ориентиров развития социума, в котором на смену сырьевой экономике приходит интеллектуальная, поскольку старая модель теряет свою эффективность, а экономика инноваций становится локомотивом, который преобразовывает страны, формирующиеся информационной цивилизацией. Актуальность темы связана с усовершенствованием «общества инноваций», способного повысить Интернет-экономику или неоэкономику современного развития,

в основе которой формирование инноваций как фактора устойчивого развития общества, которое свидетельствует об эволюционных процессах трансформации общества.

Центральная проблема данного исследования: концептуализация «общества инноваций», в котором происходит не только социоэкономическая, но и социокультурная трансформация общества, которая осуществляется в мультипроцессах инновационного развития, требующего инновационного человека как креативной личности, которая может выступить объектом и субъектом «общества инноваций».

Задачи исследования: анализ эволюции общества от «общества знаний» к «обществу инноваций», связанной с более высоким развитием производительных сил, требует соответствующей экономики и соответствующего развития культуры и сознания субъектов этого общества.

Цели исследования – сформировать концепцию эволюции общества от «общества знаний» к «обществу инноваций», в основе которой фазы, стадии, полипроцессы эволюционного социума, цивилизации, то есть формирование механизмов движения исторической эволюции генезиса социокультурных и соционтологических оснований, связанных с появлением все большего количества инноваций и культуры развития этого общества.

Методологической основой исследования выступает системный, структурно-функциональный и синергетический методы и подходы, которые дают возможность проанализировать сложные процессы эволюции общества. Методы и методология исследования: использование научной, когнитивной, методологии, которая регламентирует познавательный процесс с точки эффективности применяемых методов – системного, структурно-функционального, герменевтического, феноменологического – каждый из которых представляет собой рефлексивную систему соответствующего уровня развития.

Результаты исследования

Эволюция развития общества свидетельствует, что, начиная с 1960-х гг., развивается новый тип общества, в основе которого интеллектуальный труд. В результате длительной эволюции общество приобретало различные названия: «информационное общество» (И. Масуда), «общество третьей волны» (О. Тоффлер), «сетевое общество» (М. Кастельс), «постэкономическое общество» (Г. Кан, В. Иноземцев), «общество постмодерна» (А. Этциони), «общество радикализированного высокого модерна» (Э. Гидденс), «посткапиталистическое общество» (П. Дракер, Р. Дарендорф), «постцивилизационное общество» (К. Боулдинг), «постисторическое общество» (Р. Сейденберг). Еще в 1962 г. Ф. Махлуп впервые выделил в экономике США сектор «производства и распространения знаний», а М. Порат в 1977 г. впервые ввел понятие «информационной

экономики». Философское учение об информационном обществе было нацелено на поиск и определение черт этого общества. Позже теоретики сконцентрировались на прогнозах перспектив этого общества, что привело к появлению ряда футурологических работ, в первую очередь информационного общества как постиндустриального. Под «информационным обществом» стали понимать «развитое капиталистическое общество», в частности П. Дракер стал говорить о доминировании «информационного капитализма», М. Кастельс – об «информациональном обществе» (Кастельс, 2000), Г. Шиллер – о «развитом капитализме», так как информация и способы ее распространения удовлетворяют в первую очередь потребности капиталистической системы. Так, в работах Э. Тоффлера «Столкновение с будущим» (1970), «Доклад об экоспазме» (1975), «Шок будущего» (1980), «Третья волна» (1980), отмечается, что общество переживает технологическую революцию, которая базируется на знаниях и ведет к созданию «супериндустриальной цивилизации», и предупреждает о новых технологических изменениях, социальных конфликтах и глобальных проблемах, с которыми столкнется человечество накануне XXI века, «если не будет развивать знание как главный фактор развития инновационной экономики». В работе И. Масуды «Гипотеза о генезисе Homo intelligens» в 1981 г. появилась мечта об обществе, в котором будет процветать интеллектуальное творчество (Савченко, 2015).

Характерными чертами этого общества следует назвать: 1) глобальные масштабы всей системы общественных отношений; 2) глобальные масштабы материального и духовного производства; 3) информационно-технологический способ производства; 4) необходимость опережающего развития науки и духовной культуры в целом относительно всех других сторон его жизни. Основой глобальной экономической интеграции есть глобализация инноваций в условиях глобального научно-технического, инновационного и экономического пространства. Глобализация создает условия для постиндустриального технологического способа производства, который реализует этап технологического прорыва, который определяется конкурентоспособностью товаров и услуг на мировой арене.

Терминологическое разнообразие информационного общества как нового типа «общества знаний» свидетельствует о реальной мультипарадигмальности социальных наук и означает сложность процессов социальной трансформации. В результате реализации техно-цивилизационных факторов и внедрения в жизнь сферы интеллектуальной деятельности инфосфера становится главным источником богатства и подчиняет себе реальную экономику – «техносферу», которая формирует новую социальную структуру общества. Поэтому современный этап развития экономики разными экспертами трактуется по-разному: информационная экономика, наукоемкая экономика или экономика, простроенная на знаниях (Тоффлер, Малецкий, Кастельс). Все эти определения соединены одним существенным явлением – новой моделью мировой

экономики, которой свойственна зависимость от более мобильных и наукоемких факторов, таких, как уровень образования и профессиональных навыков, уровень развития науки и техники, способность быстро реагировать на изменения в глобальной конкурентной среде. Ключевой характеристикой современной глобальной экономики (для стран в развитом сегменте и сегменте «новых лидеров») выступает интенсивность применения высоких технологий и инноваций на производстве, в сфере услуг и управленческих процессах. Это соответственно требует ускорения циклов научных исследований и конструкторских разработок, а также их эффективной коммерциализации. В высокоразвитых странах мира университеты и научно-исследовательские институты становятся центрами разработки новых видов продукции, которые вырабатывают в массовых масштабах продукцию благодаря тесным связям между бизнесом и научно-исследовательским сектором. Как свидетельствует практика, почти полувековая практика модернизации развивающихся стран с традиционной культурой показала, что эти технологии могут закрепляться в некоторых странах не-Запада выборочно и только с помощью деятельности зарубежных специалистов. **«**Однако опыт развития Японии, а также ряда стран Юго-Восточной Азии свидетельствует, что в некоторых случаях экономика неевропейской страны может сформировать предпосылки, благоприятные для дальнейшего развития заимствованных технологий и принципов. То, что этот процесс продвигался успешно, связано с соединением новых хозяйственных принципов с традиционными ценностями труда, с использованием селективной стратегии, основанной на тщательно выбранных приоритетах**»** (Кастельс, 2000). Наиболее изученными являются технические (технологические) инновации, динамика которых, как представлено Н. Д. Кондратьевым, Й. Шумпетером и др. исследователями, лежит в основе циклического развития рыночной экономики.

Знания в «информационной экономике» в отличие от информации в «информационном обществе» обладают следующими атрибутами, которые необходимы для внедрения экономики «нового типа»: 1) способность выступать материальным ресурсом, зависимость их от интеллектуальных и технических условий организации или предприятия; 2) включенность знаний в коммуникационный характер труда; 3) включенность знаний в систему взаимоотношений в глобальном информационном обществе. «Общество знаний» в результате внедрения инноваций выступает источником возникновения инновационных технологий и в этом качестве оно есть не только фактором, который влияет на усовершенствование отдельных сфер человеческой деятельности, но и начинает определять контуры цивилизационного развития, формируя новые формы человеческих взаимоотношений и новые формы социального производства.

Отметим, что если раньше научное познание происходило спокойно, без резких изменений, то сегодня ситуация в информационном обществе, которое эволюционирует в «общество знаний»,

существенно изменяется. Рост науки и научных знаний в «обществе инноваций» приобретает интенсивный характер, в контексте которого наука выполняет ряд принципиально важных функций: 1) адаптивная, в контексте которой вырабатывается способность приспособиться к природным и социальным условиям жизнедеятельности; 2) вариативная, в результате которой наука продуцирует оптимальное поведение социума в окружающей среде; 3) мониторинговая, которая характеризуется тем, что наука втягивается в глобальную систему наблюдения и контроля над природными и социальными процессами; 4) информативная, в контексте которой наука дает людям новые знания и точную информацию об окружающем мире.

Экономика, которая базируется на знаниях, предлагает развитие и внедрение качественно новых факторов: 1) уровень квалификации трудовых ресурсов; 2) научно-исследовательские учреждения; 3) развитую инфраструктуру; 4) высокое качество жизни; 5) предпринимательство; 6) благоприятный бизнес-климат; 7) эффективные и честные методы продвижения компаний, товаров и услуг; 8) регион как конкурентная среда на рынке капитала, труда и инноваций. Экономика, которая базируется на ресурсах, предполагает не качественные, а количественные измерения, что говорит о недооценке такого фактора, как знания, наука, интеллект, включает: 1) трудовые ресурсы; 2) сырье; 3) помещения; 4) массовые виды транспорта; 5) энергию; 6) субсидирование; 7) налоговые льготы; 8) гранты и прямые субсидии; 9) низкую оплату за пользование ресурсами. Как свидетельствует анализ, от научно-технического потенциала страны зависит уровень конкурентоспособности товаров и услуг, предприятий и целых отраслей, а также позиции страны в системе координат международного разделения труда, глобального потока инвестиций. Размеры, структура и динамика развития научно-исследовательского сектора определяют меру интегрированности страны или региона в мировую инновационную систему, повышение значения научно-образовательных центров или университетов (Астафьева, 2003).

В социально-философской науке имеет место точка зрения, что для формирования современной науки лучше использовать понятие «инновации», которое имеет не статический, как знание, а динамический характер обобщения опыта как результата практики и предвидения будущего. Инновации потому имеют динамический характер, что означают способность внедрять знания в жизнь, увеличивать продуктивность труда, создавать новые продукты и услуги, формируют новый спрос на них. В связи с развитием инновационных условий страны, регионы и города приобретают новые конкурентные преимущества, предлагают новые возможности для экономического развития. Как правило, регион, в котором размещены научно-исследовательские институты, университеты с практической ориентацией и тесными связями с частным сектором становится полюсом роста – центром высокотехнологического производства и инновационных услуг. Научно-исследовательский сектор и инновационно ориентированные компании есть более

мобильными, их успех зависит от возможности предвидеть новые потребительские и технологические тренды, они имеют способность диверсифицировать структуру производства и услуг, оперативно перестраивать производственную инфраструктуру и мобилизовать необходимые интеллектуальные ресурсы (Мельник, 2012).

Экономика знаний – это прежде всего новая инновационно-экономическая модель развития общества, которая привела к возникновению «общества инноваций». Развитие Интернет и информационно-компьютерных технологий привело к интенсификации инновационного общества. Поскольку старая модель сырьевой экономики теряет свою эффективность, инновационное общество как новая совокупность инновационных ценностей, способствует формированию инновационного общества, в основе которого инновации и инновационная личность как объект и субъект данного общества (Старжинский, Цепкало, 2016).

Эволюция общества от информационного к «обществу знаний» и к «обществу инноваций» свидетельствует, что для адекватного их развития необходимо создание и функционирование инновационной инфраструктуры – центров трансфера технологий, технопарков, бизнес-инкубаторов на основе высших учебных заведений и научно-исследовательских институтов, венчурных фондов и развития других финансовых механизмов. Мировая практика свидетельствует, что достигнуть значительных экономических преимуществ в формировании «общества знаний» возможно на основе усовершенствования институтов, развития соответствующей инфраструктуры, внедрения технических и технологических инноваций, уменьшения макроэкономической нестабильности, развития Интернет-экономики, использования знаний и технологий путем их адаптации и интеграции в соответствующий тип общества. В результате всех этих внедрений возникает необходимость перехода на стадию продуцирования собственных инноваций и технологий. Поэтому развитые страны выделяют значительную часть своего ВВП на цели образования, науки, здравоохранения и подготовки кадров. Только в XXI веке сложилось ясное понимание, что именно в сфере науки, образования и инновационных технологий закладываются стратегии развития не только каждой страны, но и человечества в целом.

Инновации в последнее время используются как теоретиками, так и практиками, так как развитие общества зависит от инновационного развития и таких его преобразований, которые основываются на интеллектуально-личностном уровне, который требует защиты интеллектуальной собственности. Инновационное развитие основывается на внедрении новой техники и передовых информационно-коммуникативных технологий, которые укрепили информационное общество и плавно эволюционировали в «общество инноваций». Й. Шумпетер еще в 30-е гг. XX ст. четко разграничивал открытие нового технического знания от инновации – практического применения нового знания в производстве. Сущность инновации не исчерпывается смыслом нововведения, а

сущность имеет культурологическую природу. Это говорит о том, что развитие экономики имеет под собой основу социокультурного развития, так как субъектом «общества инноваций» выступает человек как субъект культуротворческого процесса (Астафьева, 2012).

Научные основы развития «общества знаний», которое переходит в «общество инноваций» свидетельствует, что возникла новая информационная индустриализация, которая на первое место ставит когнитивный труд и инновационного работника, требует подготовки высококвалифицированных специалистов. Движущей силой общества выступает производство инновационного продукта, что требует использования знаний и внедрения его в сфере инновационных решений, в производственно-технологической и экономической сферах. Знания как производительная сила общества превращаются на важный социально-экономический ресурс, использование которого приводит к формированию «общества инноваций». Научные подходы свидетельствуют, что знания представляют собой ценность, которая соединяет в себе экономику, менеджмент, культуру, предпринимательство, инноватику, технологии, которые в своей совокупности составляют основные компоненты «общества инноваций». Поэтому в условиях информационного общества следует развивать научные знания, которые способствуют внедрению такого интеллектуального ресурса, который способен привести общество к научно обоснованным изменениям и экономической отдачи от инвестиций (Мельник, 2012).

Рынок, не соединенный с интенсивным использованием в хозяйственной деятельности достижений науки, не может действовать эффективно, поэтому только благодаря научно-техническим внедрениям в производство, возможно увеличить производительность труда, повысить конкурентоспособность, подключиться к мировым информационным процессам развития. Этого возможно достичь при помощи знаний и инноваций, которые стремительно развиваются в глобальном информационном обществе. Глобальное информационное знание как мир знания и инноваций (Wissenswelt) свидетельствует о стремительном распространении института науки и является подтверждением того факта, что система науки и образования базируется на знании и инновациям как таких феноменов, которые ведут к построению «общества инноваций». Научные основы «общества инноваций», которые развиваются в контексте научной парадигмы эволюции знаний от информационного общества к «обществу инноваций», свидетельствуют, что инновации являются главным ресурсом и движущей силой развития общества.

Выводы

1. Общество инноваций как сложный социокультурный процесс представляет собой совокупность научных, технологических, образовательных, организационных,

культурологических, финансовых и других оснований, которые в своем развитии приводят к укрплению социокультурного процесса «общества инноваций».

2. Инновационный процесс в «обществе инноваций» представляет собой синергию науки и техники, с одной стороны, государства, образования и предпринимательства, – с другой.
3. Именно потому, что инновация представляет собой основу интеллектуального ресурса, направленного на достижение экономического успеха, что выстраивает те или потребности социокультурной парадигмы инновационного развития, что напрямую зависит от талантов и способностей субъектов преобразовательно-инновационных процессов.

Практические рекомендации:

1. Формировать среду и факторы мегаразвития, чтобы страна стала на путь конкурентоспособности.
2. Сформировать идеологию развития – модернизации общества от информационного к «обществу инноваций».
3. Сформировать антикризисную идеологию развития общества, чтобы перейти от кризиса к инновационным производствам.
4. Формировать производство знаний и инноваций как приоритеты развития «общества инноваций».
5. Сформировать концепцию инновационного развития как цель модернизации экономики.
6. Способствовать созданию инновационной бизнес-среды и бизнес-коммуникаций.
7. Разработать механизмы внедрения инновационных проектов.
8. Разработать концепцию образования как элемента IT-инфраструктуры и технологий.

Список литературы

1. Воронкова, В.; Романенко, Т.; Андрюкайтене, Р.(2016). Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії,* 67, с. 122-134.
2. Кастельс, М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.
3. Синергетическая парадигма. (2003). Человек и общество в условиях нестабильности. Составитель Астафьева О. Издательство: Прогресс-Традиция, М.
4. Мельник, В. В. (2012). Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії,* 49, с. 122-134.
5. Савченко, С. В. (2015). Эволюция общества — от информационного к «обществу знаний»: социально-философский контекст. *Молодой ученый,* 16, с. 505-508.

6. Старжинский, В. П., Цепкало, В. В. (2016). На пути к обществу инноваций. Минск.

ФОРМИРОВАНИЕ ГУМАНИТАРНОГО КАПИТАЛА КАК УСЛОВИЕ САМОРАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ МЕТОДОЛОГИЯ

Черныш Татьяна

Специализированная школа № 155, Киев, Украина

Аннотация. Актуальность темы исследования гуманитарного капитала как совокупность ценностей общественных наук сегодня играет исключительную роль, потому что гуманитарный капитал носит идеальный характер и его целью является процесс освоения миром посредством выработки гуманистического знания и способов культуротворчества, направленных на формирование личности. **Центральной проблемой** для современных условий является управление образованием с той целью, чтобы гуманитарный капитал, формируемый всеми гуманистически-ориентированными науками, направить на развитие и самоосуществление личности. Основной задачей высшей школы является выявление, сохранение и эффективное использование гуманитарных знаний как совокупности гуманистических ценностей, которые в совокупности составляют гуманитарный капитал, необходимый для формирования всесторонней и креативной личности. В статье обосновывается сущность, задачи и основные направления гуманитарного капитала с целью формировать всесторонне развитую и креативную личность, в основе которой культурное развитие человека как его саморазвития и самоосуществления. **Задачи исследования –** концептуализация гуманитарного капитала как совокупности гуманитарных ценностей, которые внедряются в практику образовательного процесса высшей школы. М**етодологической основой** формирования гуманитарного капитала в условиях информационного общества есть синергетическая методология, направленная на раскрытие интеллектуально-креативной личности, которая вобрала в себя все ценности гуманитарной подготовки, представленные специфическим синергетическим инструментарием. **Выводы** – управление образованием в современных условиях должно быть направлено на формирование механизмов гуманитарного капитала как совокупности ценностей, выработанных человечеством и реализованных общественными науками и дисциплинами.

Ключевые слова: гуманитарный капитал, высшее образование, личность, гуманистические ценности, интеллекутально-креативная личность, саморазвитие личности

Введение

Актуальность исследования гуманитарного капитала как условие самопроявлениия и саморазвития личности в том, что гуманитарные науки представляют собой всю совокупность культурных ценностей, в основе которых генеральные смыслы, нацеленные на формирование личности, ее субстанции, экзистенции, бытия в социоисторически-онтологических процессах. Гуманитарный капитал, формируемый всеми гуманитарными дисциплинами как фактор развития

личности, представляет большое значение, так как гуманитарные науки формируют совокупность ценностей, в основе которых ориентации на гуманистическую картину мира, этику ответственности личности, формирование ценностей, в основе которых приоритет гуманного развития. Капитал гуманитарных наук настолько велик, потому что в его основе ценности человеческой жизни, представляющие пространство бытия человека во взаимодействии с первой природой, обществом и Космосом. Именно гуманитарный капитал личности предсталяет собой прогрессивные и стабилизирующие алгоритмы, которые обеспечивают культурное развитие личности, содействующее прогрессивным тенденциям. Потенциал гуманитарного капитала настолько велик, что он формирует универсалии стиля и качества жизни, «среза» того социального и культурного пространства, который создает поле общения, принципы мироустройства.

Анализ научной литературы

Проблема исследования состоит в научном познании потенциала гуманитарного капитала, формируемого гуманитарными науками, в основе которых общеисторические и общецивилизационные универсалии. К гуманистическим культурным универсалиям, которые составляют суть гуманитарный капитал, следует отнести общечеловеческие формы общественной жизни: общественное производство, труд, формы досуга и общения, общественный порядок и управление, воспитание и образование, духовная жизнь. **Задачи иссследования**: концептуализация гуманитарного капитала как фактора развития и самопроявления человека в условиях развития информационного общества, под которым принято понимать систему идей, понятий, содержащихся в гуманитарной сфере, искусстве, религии. Под гуманитарным капиталом мы понимаем сформировавшиеся ценности, укоренившиеся в традициях каждого народа, связанные с творчеством, деятельностью, ментальностью. **Цели исследования** – сформировать концепцию гуманитарного капитала как условие самопроявления и саморазвития личности, которая базируется на универсалиях и архетипах, универсальных праобразах, праформах поведения и мышления, которые характеризуют развитие культурных явлений личности, и являются регулятором общественной и индивидуальной жизни.

Методы и методология исследования. Методы исследования включают: 1) онтологический подход («логика вещей») познания, раскрывают необходимую взаимосвязь явлений и предметов, которые включаются в структуру деятельности; 2) гносеологический подход («логика знания») познания, то есть установление необходимой связи понятий, при помощи которых познается сущность, смысл и истина исследуемых явлений; 3) формально-логический подход (логика доказательства и опровержения) проблем современного развития. Структура методологии исследования универсалий гуманитарного капитала как фактора самопроявлениия и саморазвития личности в контексте управления образованием в условиях информационного

общества может быть охарактеризована ее предметом. Различают два похода к определению предмета исследования развития личности в условиях информационного общества: 1) изучение актуальных глобальных проблем информационного общества; 2) исследование мира как целостности всех форм бытия человека. Для нас важным есть цивилизационный или культурологический подход, в основе которого гуманитарный капитал общественных наук как условие самопроявлениия и саморазвития личности в контексте управления образованием (Воронкова, 2014). Методология исследования универсалий гуманитарной культуры как фактора устойчивого развития информационного общества сводится к комплексному анализу глобальных проблем. Новые концепции информационного общества и развития гуманитарных универсалий культуры розвиваються в условиях нелинейности, бифуркационности, отказа от инструментальной, прагматической рациональности, проблемы которой реализуются средствами синергетической методологии.

Результаты исследования

Отметим, что гуманитарный капитал, который накапливается всеми социальными, гуманитарными, этическими и эстетическими, религиоведческими и искусствоведческими дисциплинами, представляет собой совокупность теоретических, концептуальных, идеологических, мировоззренческих взглядов, модифицированных матрицами культуры, которые дают возможность индивиду дискурсосмысливать этот мир, социум, людей, свое Эго, мир, Космос, экзистенцию, культуру, феномены цивилизации. Гуманитарный капитал вбирает в себя все многообразие постижения этого мира через разнообразные его формы и матрицы, концепты и теории, которые открываются внутреннему переживанию человека, нацеленного сформировать свою целостность. Гуманитарный капитал, формируемый всеми общественными науками, играет роль одного из средств стимулирования креативно-инновационного человека. Творчество и эстетическое наслаждение являются фундаментальными чертами человеческой жизни. Восстановление приоритета общечеловеческих ценностей гуманитарной культуры, которая формирует гуманитарный капитал, свидетельствует о духовной, моральной, мировоззренческой революции, о повороте ее к миру культуры, без которой и человечество, и наше общество не смогут выжить. Именно гуманитарный капитал вбирает в себя в качестве источника появления новых духовных, этических, эстетических, философских, социальных, политических, творческих мотивов поведения, восстановление действительного гуманизма. Именно новый тип общества – постделовое, интеллектуальное общество XXI века – общество, в котором на первый план выдвигаются духовные, нравственные, интеллектуальные ценности.

Отметим, что формирование гуманитарного капитала как условие самоактуализации и саморазвития личности в контексте управления образованием заключается в актуализации механизмов смысловой сферы – смыслопорождения, смыслоосознания и смыслопостроения (Д.Леонтьев), что ведет к дифференциации горизонтальных структур личности и специализации функциональных органов, возникающх в их горизонтах. Содержание саморазвертывается как интеллектуальная деятельность - мышление, приобретая структурную завершенность в виде механизма возбуждения с производством специфического продукта, - мировоззерения. Конечным продуктом мировоззренческой культуры выступает механизм формирования совокупности взглядов, в основе которых самоопределение личности. Формы самоопределения личности зависят от условий, в которых находится содержание явления, а именно субъективированная в структуре субъекта сущность потенциального мира, который формируется мироощущением, мировосприятием, миропредставлением, миропониманием. В условиях информационного общества понятием, отражающим мироощущение, миропредставление и миропонимание, есть «информационное пространство», в которое погружен человек, - культурное, когнитивно-ментальное, образовательное. Современное миропонимание связано с понятием «информация», которая определяется как совокупность результатов семантической (языковой) деятельности человека, которая обеспечивает его продуктивную деятельность.

Формирование гуманитарного капитала как условие саморазвития личности в условиях информационного общества культивирует человекомерность, в основе которой гуманизм, поэтому образование выступает пространством формирования личности с высоким уровнем сознания и самосознания, рефлексии, самосозидания и самотворчества. Именно человекомерность означает включение человека во все процессы образовательной деятельности и пронизывает бытие человека. В основе гуманитарного капитала – универсалии, которое способствуют целостности всех наук, направленные на формирование целостности. Они представляют собой совокупность форм и видов духовного выражения культурной преобразующей деятельности человека и общества. В образовании как виде духовной деятельности ярче всего раскрывается содержание гуманитарного капитала, который выступает как одна из смыслообразующих констант, т.е. ценностным инструментом. Особая смысловая направленность интеллектуальности в образовании делает ее детерминирующим атрибутом образования. Интеллектуальность – это не просто модус образовательного процесса, а ядро, вне которого образование функционировать не может. Интеллектуальность часто эксплицируют в различных ипостасях, началом которых выступает мышление и разум. Мозг человека – центральный отдел нервной системы, который осуществляет внутреннюю регуляцию, обеспечивает продолжение рода и адаптацию, позволяет индивиду познавать окружающий мир и осуществлять в нем жизнедеятельность. Возможность адаптации

организма к конкретным жизненным условиям зависит от сложности и способности мозга, а также тех требований, которые выдвигает окружающая среда.

Синергетическая методология позволяет глубоко проникнуть в механизм формирования гуманитарного капитала как условия саморазвития личности в условиях информационного общества. Синергетика – культивирует предполагаемое видение мира, которое разворачивается в условиях нелинейности и включает процессы становления и самоорганизации культуры, ее открытости и стремления к сотрудничеству. Компоненты гуманитарной культуры, самоорганизуясь, устремляются к саморегуляции и самостабилизации. Компоненты гуманитарной культуры, которые находится в точках бифуркации, то есть своего раздвоения, способствуют порождению граничных циклов траектории движения в определенном фазовом пространстве. Число выбора траектории движения тем больше, чем больше структурно расшатанной является система, которая в каждой из точек бифуркации выбирает свой путь движения. В открытых системах, к которым принадлежит и гуманитарная культура, этот путь движения может терять свою устойчивость и переходить в неоднородное состояние в результате своего обмена с окружающей средой материей, энергией, информацией. Такие стационарные состояния получили название диссипативных (рассеивающихся) структур, которые порождают микрофлуктуации (колебания), проходя через которые, психика, сознание, мышление человека формируются устойчивыми или неустойчивыми. Поэтому гуманитарная культура, которая формирует гуманитарный капитал, должна противостять энтропии, потоку хаоса и разрушений, в который втянут человек. Энтропия способствует различного рода превращениям энергии, ее рассеиванию и порождению все большей неопределенности состояния системы, которая находится в условиях нелинейности. Аттрактор – это конечное состояние системы, под которым понимают устойчивое состояние системы, которое притягивает к себе множество траекторий движения, обусловленных различными условиями собирания сил, их притяжения. Поэтому гуманитарный капитал гуманитарной культуры может выступить точкой притяжения (аттрактором), который, развиваясь в состоянии нелинейности, может выступить как многовариантность развития, который в результате определенного переструктурования компонентов может привести к состоянию устойчивости.

Компоненты гуманитарной культуры находятся постоянно в состоянии неопределенности, неуравновешенности, открытости, порождая изменения макроскопического характера, которые приводят к изменению состояния компонентов культуры, ее структуры и поведения. Именно неуравновешенное состояние параметров гуманитарной культуры постоянно стимулирует поддержку процессов обмена материей, энергией, информацией, каждый параметр которой влияет на достижение устойчивости системы. Критические точки или «точки бифуркации» - это сферы

раздвоения, разсогласования, в точках которых каждый компонент культуры встречается с многообразием дальнейших путей развития, которые, находясь в состоянии неуравновешенности, неустойчивости, выбирают поступательное движние к своему аттрактору как точке притяжения и порождения той устойчивости, к которой устремляется личность. Флуктуации (отклонения) системы определяют возможность перехода системы в другое качество, которое устремляется к новому уровню развития от тех отклонений системы, компоненты которого должны, структурируясь в единое целое, способствовать формированию целостной культуры личности и повышению ее самосознания.

Однако есть такие флукутации, то есть отклонения, которые не в состоянии способствовать целостному развитию личности, которые порождают хаос и разрушения, в результате чего психика человека является неустойчивой, а культура «рассеивающейся» (пример, деструктивные явления).. Все это свидетельствует о том, что такая культура как особенное состояние системы, есть далекая от равновесия, а увеличивающаяся флуктуативность усиливает разрушительные тенденции и приводит к разрушению личности, эволюционирует к состоянию спонтанной самоорганизации. Саморазвитие гуманитарной системы – это процесс ее самоорганизации и самодетрминации, который происходит в результате нарушений упорядоченного состояния компонентов системы, устремляется к упорядоченному состоянию в точках бифуркации, выхода на новую траекторию своего развития. Аутопоэтическая система, представляющая единство, состоит из компонетов, которые, взаимодействуя и изменяясь, регенерируют сеть отношений, которые конституиируют ее как систему, представляющую единство в пространстве, предопределяя топологическую сферу своих интересов. Существенный интерес для нас представляет аутопоэтическая система как самопроизводство самой себя, система компонентов, которые реализуют ее орагнизацию или процессуальную конфигурцию в условиях социально-культурного кризиса. Социально-культурный кризис – это траинсформационно-метаболические процессы в социокультурной сфере, которые привели к кризису культуры, в контексте которой сами культурные феномены обесцениваются и деградируют, а формы социума претерпевают деструкцию в рамках парадигмы гуманитарной культуры.

Формирование гуманитарного капитала как условие саморазвития личности в условиях информационного общества в контексте синергетической методологии – это самоорганизация гуманитарных компонентов, которые представляют новое мировидение. Гуманитарный капитал как основа гуманитарной культуры - принципиально новое видение мира и новое понимание процессов развития, в основе которых лежат приципы системности, или целостности мира и отражающего его научного знания, общности закономерностей развития всех уровней материальной и духовной организации, нелинейности либо многовариантности и необратимости,

глубинной взаимосвязи хаоса и порядка, кооперативного взаимодействия отдельных частей какой-либо неупорядоченной системы (принцип синергизма). Гуманитарный капиал личности обладает значительным эвристическим потенциалом, так как его идеи позволяют выделить нечто общее, взаимоподобное в процессах развития социальных систем. Это дает возможность просчитывать оптимальные для человеческого пути развертывания событий и, следовательно, получить рычаги управления развитием. Осознание такого рода возможностей способствует выживанию человека в этой непростой ситуации XXI века с угрозой множества катастроф, начиная от экзистенциальной (личностной) и заканчивая экологической и ядерной. Именно синергетика как основа формирования гуманитарного капитала дает надежду на решение возникающих в связи с этими угрозами задач выживания мировой цивилизации. Эффективность синергетических оснований гуманитарной культуры объясняется тем, что она в различных по своей природе процессах выделяет общие механизмы самоорганизации. Именно эти механизмы позволяют управлять процессами, где уже не действует в качестве методологической основы классический, лапласовский детерминизм. В даннном случае адекватным является управление, ориентирующееся на представление о сложном характере природной, технической и общественной системы, целостность которой обусловлена когерентным взаимодействием частей системы между собой. Эти сложные системы отличаются от традиционных кибернетических систем малодейственной причинно-следственной связью в виде однозначного реагирования на стимулы внешней среды. Но поведение системы не может быть запрограммировано единственным, однозначным способом – оно по своей сути поливариантно и зависит от собственной внутернней связности, т.е когерентности элементов. Формирование гуманитарного капитала направлено на постижение высокой степени многомерности и неопределенности современного мира. Поиск путей выживания цивилизации требует учета основных тенденций развития современных сложных обществ, образующих взаимодействующий мир современности в ее экономической, социальной и культурной сферах. Ныне в современном мире происходит подлинный подъем человеческих отношений, вызванных рядом причин: 1) ускорение информационно-технического развития и все более быстрое использование его результатов в новых технологиях; 2) непреодолимое движение личностей и групп к свободе, что обусловлено развитием самого общества; 3) значительное расширение коммуникаций; 4) переход от информационного общества к «обществу знаний». В основе гуманитарной культуры информационного общества человек как субъект культуры, носитель и организатор отношений в обществе. Гуманитарная культура как способ существования человека и общества есть «архитектурой» социальной действительности.

Выводы

1. Таким образом, синергетика – методологическая основа самоорганизованных процессов в социуме-природе-мире, а предметом ее исследования механизм формирования имманентно-спонтанных образов сложных систем-моделей Конструктивизм хаоса в контексте синергетики свидетельствует о том, что хаос есть конструктвивным механизмом самоорганизации сложных систем, потому что рождение нового связано с нарушением обычной системы упорядоченности, с переструктурированием компонентов за счет среды и выходом за границы ее исходной системы.
2. Формирование гуманитарного капитала как условие саморазвития личности в условиях информационного общества представляет собой совокупность институтов, отношений и норм, которые формируют качественно новое социальное взаимодействие, которое базируется на гуманитарных ценностях, которые влияют на продуктивность и благосостояние развития общества.
3. Гуманитарный капитал существует в форме ценностей, которые воздействуют на развитие личности, общества, экономики в целом и содействуют обмену информацией, он усиливает свою стиомость.
4. Гуманитарный капитал проявляется в виде таких ценностей, которые влияют на сотрудничество, взаимодействие, доверие и взамопомощь, а в сосовкупности представляет капитализированную стоимость, поэтому требует инвестиций в гуманитарный капитал, то есть в личность.

Список литературы

1. Воронкова, В. Г. (2013). Формирование нового мировоззрения, нового человека, нового общества будущего. Антропологічні виміри філософських досліджень: Дніпропетровськ, 3, с.79-80.
2. Воронкова, В. Г. (2014). Формування інформаційної культури особистості як умова успішної адаптації людини до життя в інформаційному суспільстві. *Гілея: науковий вісник: зб. наук. пр. К. : Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР».* 86 (7), с. 198-203.
3. Марков, В. И. (2014). Глобальный кризис человечества и кризис культуры: методологические заметки. *Вестник* Кемгуки, 29, с. 18 - 28.
4. Nikitenko, V. (2016). Conceptualization of geo-cultural values in the process of teaching of foreign language. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.] – Запоріжжя : Вид-во ЗДІА, 64, с. 255 - 259.
5. Черниш, Т. М. (2016). Культурні маркери світоглядного потенціалу гуманітарної освіти в умовах мовленнєвої глобалізації XXI століття. «Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії» : збірник наукових праць. За ред. В. Г. Воронкової. 65, с. 153 – 163.

ELEKTRONINĖS PARDUOTUVĖS PATRAUKLUMO VARTOTOJAMS FORMAVIMO TEORINIAI ASPEKTAI

Druktenytė Justina, Jesevičiūtė-Ufartienė Laima

Kauno kolegija, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Elektroninė prekyba - tai elektroninės komercijos forma, kuri leidžia pirkėjams pirkti prekes ar paslaugas tiesiogiai iš pardavėjo internetu naudojantis internetine naršykle. Elektroninė parduotuvė ne tik parduoda prekes ar paslaugas, bet ir atlieka svarbias organizacijos valdymo ir personalo vadybos funkcijas: įvaizdžio kūrimą, komunikavimą, marketingą, reklamą bei kitą. Taip pat elektroninės parduotuvės veiklos efektyvumui užtikrinti reikalingas geras ryšys su klientu, tinkamai parinktas e. parduotuvės asortimentas ir kainos, prekių pristatymas per pažadėtą terminą. Elektroninės parduotuvės kokybę apibrėžia tokie elementai kaip aiški svetainės navigacija ir informacijos išdėstymas, paprastumas naudotis, informacijos turinys, pagalba realiu laiko momentu, patikimumas, saugumą užtikrinančios priemonės, dizainas ir paieškos paprastumas.

*Darbo tikslas***:** įvertinti elektroninės parduotuvės patrauklumo vartotojams formavimo teorinius aspektus.

*Darbo metodai***:** mokslinės literatūros analizė.

Raktiniai žodžiai: elektroninė parduotuvė, internetas, vartotojas.

Elektroninės parduotuvės patrauklumo formavimo vartotojams teoriniai aspektai

Interneto vartotojų skaičius nuolatos didėja. Dėl šios priežasties nuolat didėja ir konkurencija internete, kuriasi vis daugiau internetinių verslų. Pakito ne tik verslas, bet ir žmonių bendravimas, įpročiai, ankščiau žmonėms norint įsigyti įvairias prekes tekdavo vykti į parduotuvę. Dabar visą tai galima įsigyti interneto pagalba. U. Dange ir V. Kumaras (2012) pripažino, kad vartotojui svarbiausi veiksniai, kurie lemia jo naršymą ir pirkimą internete, yra saugumas, privatumas, pasitikėjimas ir patikimumas. Jei elektroninė parduotuvė šių veiksnių neužtikrina, tai yra labai didelė tikimybė, kad vartotojas ir nepirks jos siūlomos produkcijos, nors ir kaip pigiai ji būtų pardavinėjama.

M. Richard ir kt. (2010) koncepciniame vartotojų elgsenos internete modelyje tinklalapio atmosferas išskiria į dvi dalis: emocinę ir pažintinę. Nagrinėjant literatūros šaltinius, pastebėta, kad tam tikroms vartotojų grupėms apsipirkimas internetu suteikia malonumą. Todėl šis veiksmas gali būti kaip pramoga, tačiau el. parduotuvių savininkams reikėtų gerai apmąstyti, kaip pasitelkiant įvairias muzikines, grafines, interaktyvias ir kitas priemones, padaryti parduotuves kuo patrauklesnes ir malonesnes. X. Luo (2013) teigia, kad vartotojai, kurie gavo didesnę pramoginę vertę iš interneto parduotuvės, jas įvertino pozityviau. Pažintinę tinklalapio atmosferą sudaro jo struktūra, informatyvumas ir informacijos efektyvumas. Sėkmingai elektroninei parduotuvei labai svarbu jos struktūra – informacijos pateikimas bei išdėstymas. Kuo paprastesnis ir lengvesnis svetainės pateikimas, tuo vartotojui patogiau ieškoti joje informacijos. Tai sukelia jam pasitenkinimą ir teigiamą požiūrį į tinklalapį (Luo, 2013).

Dar vieną koncepcinį vartotojų pirkimo internetu elgsenos modelį sukūrė U. Dange ir V. Kumaras (2012). Mokslininkai teigė, kad pirkimas internetu priklauso nuo pagrindinio veiksnio – kanalo žinių, kurios priklauso nuo lyties, gaunamų pajamų bei išsilavinimo. Pirkimui internetu daro įtaką patogumas ir prieinamumas. Vartotojui labai svarbu, kad jis galėtų įsigyti produktą bet kuriuo paros metu.

Kitas veiksnys – komunikacija ir informacijos platinimas. Šiuo atveju jei vartotojas turi kažkokių klausimų dėl norimų įsigyti produktų, jam turėtų būti suteikiama informacija apie tai su juo bendraujant tiesiogiai, pvz., virtualus komunikavimas (angl. online chat). Paskutinysis veiksnys, vartotojų apsipirkimo internetu elgsenos modelyje, anot U. Dangės ir V. Kumaro (2012), – patirtis. Klientas, kuris yra daug naršantis ir besidomintis virtualioje aplinkoje paskelbta informacija, lengviau priima sprendimus, o tai supaprastina ir pirkimą el. parduotuvėse.

Elektroninės parduotuvės struktūra turi būti lengvai ir paprastai valdoma. Jos pažintinę atmosferą sudaro struktūra, informatyvumas, informacijos naudingumas, jos pateikimas ir išdėstymas (Richard ir kt., 2010). Taip pat labai svarbu, kad el. parduotuvėje pateikiami prekių, taisyklių ir kiti aprašai ar straipsniai būtų struktūrizuoti ir nuoseklūs (So ir kt. 2005, Lederer ir kt. 2000).

Informacijos naudingumas vertinamas nustatant, kiek vartotojui yra naudinga informacija pateikta el. parduotuvėje (Luo 2013). Pardavėjai turėtų pateikti tikslią, neperkrautą prekės apibūdinimą ir kitą reikalingą medžiagą, kad vartotojui kiltų kuo mažiau klausimų ir greičiau galėtų priimti sprendimą. A. Pabedinskaitė ir P. Milišauskas (2012) teigia, kad informacija turi būti ne tik naudinga, bet ir tiksli, o anot M. Lingytės ir kt. (2011) – paprasta ir lengvai suvokiama.

El. parduotuvės turinio kalbos pasirinkimo galimybė aktuali, jei el. parduotuvė orientuota į daugiakalbę vartotojų visumą. M. Lingytė ir kt. (2011) teigia, kad vartotojams duota galimybė pasirinkti reikiamą el. parduotuvės turinio kalbą, suteikia pasitikėjimą ir pasitenkinimą. Vartotojai sukuria pozityvesnį požiūrį į el. parduotuvę ir yra linkę ilgiau naršyti joje. Taip pat norint, kad el. parduotuvė pritrauktų kuo daugiau potencialių vartotojų, reikia informaciją pateikti nesudėtingais žodžiais ir sakiniais. Žmonės paprasčiau įsisavina medžiagą, kai ji yra pateikta jiems suprantama kalba (Lederer 2000).

Pasak V. Davidavičienės ir J. Tolvaišo (2011), vienas svarbiausių el. parduotuvės struktūros ir turinio veiksnių yra patogi navigacija. Atsižvelgus į vartotojų naršymo veiksmus el. parduotuvėje, reikia jiems pateikti informaciją taip, kad ją būtų nesunku ir paprasta rasti. Tuomet el. parduotuvė bus patogi vartotojams ir suteiks didesnį pasitenkinimo jausmą.

Dizainas – tai tarytum el. parduotuvės veidas, kurį vartotojas pamato užsukęs į svetainę ir įvertina jos patrauklumą. Mokslininkai X. Luo (2013), M. Richard ir kt. (2010), C.M.K. Cheung ir kt. (2006), G.L. Urbanas ir kt. (2000), V. Davidavičienė ir J. Tolvaišas (2011), A. Pabedinskaitė ir P. Milišauskas (2012), analizuodami el. parduotuvės charakteristikas, teigė, kad dizainas yra viena pagrindinių charakteristikų, kurią vartotojas įvertina pirmiausiai. El. parduotuvėje turi būti sukurtas toks dizainas, kad šis neapsunkintų

vartotojo naršymo joje (Cheung ir kt. 2006, Urban ir kt. 2000). Labai svarbu, kad el. parduotuvių kūrėjai pasirinktų tinkamas spalvas, kurios vyraus svetainėje. Dera įvertinti, kokie atspalviai nevargina vartotojo, tačiau atkreipia jo dėmesį ir pasąmonėje sužadina smalsumą. Pasak X. Luo (2013) ir M. Richard ir kt. (2010), el. parduotuvės aplinka ir dizainas turi suteikti vartotojui malonumą. Kitaip tariant, pasitelkiant įvairias grafines, muzikines ar kitas interaktyvias priemones, padaryti el. parduotuves patrauklesnėmis, kad vartotojui apsipirkimas taptų kaip pramoga.

Mokslinėje literatūroje dažniausiai galima sutikti tris pagrindines produktus apibūdinančias charakteristikas: ženklas, kokybė ir kaina (Soopramanien ir kt. 2007, Kwek ir kt. 2010, So ir kt. 2010, Pabedisnkaitė, Šliažaitė 2012).

Produkto ženklas gali smarkiai lemti el. parduotuvės veiklos sėkmę. Paprastai žymiais produkto ženklais prekiaujančios parduotuvės sulaukia didesnio vartotojų dėmesio, nes el. erdvėje tokio pobūdžio prekės būna pigesnės.

Nemažiau svarbi charakteristika – kokybė. Vartotojai vertina kokybiškas prekes ir visuomet tikisi, kad jos atitiks jų lūkesčius (Kwek ir kt. 2010). Todėl labai svarbu, kad el. parduotuvė prieš parduodama prekę vartotojui, užtikrintų jos kokybę. Jei vartotojas liks patenkintas pirkiniu, bus didesnė tikimybė, kad jis vėliau sugrįš į tą pačią el. parduotuvę ir ją parekomenduos kitiems.

Produkto kaina parodo, kad paprastai dėl įmonės patiriamų mažesnių išlaidų sumos, reikalingos jos veiklai vykdyti, parduodamų el. erdvėje prekių kainos yra mažesnės nei tradicinėse prekybos vietose (So ir kt. 2005). Dėl to tai pritraukia didesnį potencialių vartotojų skaičių. Norint, kad el. parduotuvėje apsilankytų kuo daugiau vartotojų, reikia užtikrinti jos techninius pajėgumus, t. y., kad elektroninė parduotuvė būtų nesunkiai užkraunama interneto ryšio, nestringanti ir visuomet funkcionuojanti (Lederer ir kt. 2000). Taip pat vartotojui turi būti suteikta galimybė ne tik pamatyti produkto nuotrauką ir kainą, bet ir aprašymą, kainų palyginimą ir kitus dalykus. Šiems veiksniams užtikrinti el. parduotuvės savininkas turi skirti didelį dėmesį jos techninei kontrolei ir priežiūrai.

Taip pat vartotojui reikalingas kuo trumpesnis, aiškesnis ir lengvesnis produkto įsigijimo kelias (Davidavičienė ir kt. 2011). A. Pabedinskaitė ir P. Milišauskas (2012), V. Davidavičienė ir J. Tolvaišas (2011) pirkimo procesą sutapatina su užsakymo procesu. Mokslinėje literatūroje teigiama, kad pirkimo proceso etapų paprastumo veiksnius sudaro vartotojo kokybiškas aptarnavimas, pirkimo proceso pateikimas vaizdais/aprašymais ir pirkimo etapų skaičius (Shim ir kt. 2001, Dange ir kt. 2012, Davidavičienė ir Tolvaišas 2011, Pabedinskaitė, Milišauskas 2012). El. parduotuvėje pirkimo proceso etapai turi būti pateikiami paveikslėliais ar detaliu aprašymu, kad vartotojas, norėdamas įsigyti produktą, galėtų lengvai ir nesunkiai suvokti, kaip yra vykdomas pirkimas. Pirkimo proceso etapų skaičius yra rekomenduojamas kuo mažesnis. Pirkimas turi apimti tik pagrindinius etapus. Tokiu būdu vartotojas užtruks mažiau laiko apsipirkdamas, o pats pirkimo procesas bus paprastesnis ir malonesnis.

Tam, kad vartotojai naudotųsi el. parduotuvėmis, reikia užtikrinti jų saugumą ir suteikti garantijas, kad tiek ieškant, tiek ir perkant virtualioje aplinkoje vartotojai jaustųsi gerai. Pasak P. Grabowskio (2014), klientai sutinka, kad pirkimas internetu yra priskiriamas aukštos rizikos veiksniams, nes virtualioje aplinkoje galima nesunkiai gauti įvairius kiekvieno individo duomenis ir jais pasinaudoti. Vartotojo interesai perkant el. parduotuvėje turi būti patenkinti, todėl tam pasiekti, pirmiausiai, reikia užtikrinti jo saugumą ir privatumą (So ir kt. 2005). Dėl to, el. parduotuvė turi sukurti tokias apsaugos priemones ir suteikti garantiją, kad vartotojų asmens duomenys būtų apsaugoti ir privatūs.

Mokslinėje literatūroje (Lingytė ir kt. 2011, Soopramanien ir kt. 2007, So ir kt. 2005, Kwek ir kt. 2010) patogumas įvardijamas kaip komfortabiliausias būdas pirkti. Taip yra todėl, kad šį veiksmą galima atlikti bet kuriuo paros metu. Apsipirkti gali ne tik visuomet skubantys ir neturintys laiko, bet ir vyresnio amžiaus žmonės, kuriems sunku įsisavinti naujas technologijas. Produktų įsigijimas el. parduotuvėse tampa vis paprastesnis ir lengvesnis, o tai dažnai vartotojams suteikia didesnį malonumo jausmą. Malonumas gali atsirasti ir dėl el. parduotuvėje suteikiamų vartotojui pramogų (interneto marketingo priemonių, konkursų, pateikiamų faktų ir pan.).

Pasak X. Luo (2013), vartotojų apsipirkimui skatinti yra naudojamos įvairios medijos, kurios yra, tarsi, žaidimo formos. Tai sužadina žmogaus siekiamybę patirti malonumą ir norą dažniau naudotis tam tikra el. parduotuve. Bet kuriame pirkimo proceso etape vartotojas turi jausti pasitenkinimą. Šis veiksnys turi patenkinti žmogaus lūkesčius. Pasak N. Li ir P. Zhangą (2002), lūkesčius dažniausiai suformuoja pats pardavėjas, pateikdamas produkto ar paslaugos aprašymą ir kitas charakteristikas. Šią informaciją skirtingai pateikę pardavėjai, gali pritraukti skirtingo tipo vartotojus atitinkamai atitikus jų lūkesčius. Jei tai sukels aukštą pasitenkinimo lygį, tuomet vartotojas suformuluos teigiamą požiūrį, ketinimą, sprendimo priėmimą ir pirkimą virtualioje aplinkoje.

Išvados

Atlikus literatūros šaltinių analizę galima teigti, kad:

1. Svarbiausi veiksniai vartotojui, kurie lemia jo naršymą ir pirkimą internete, yra saugumas, privatumas, pasitikėjimas ir patikimumas.
2. Sėkmingai elektroninei parduotuvei labai svarbi struktūra – informacijos pateikimas bei išdėstymas. Kuo paprastesnis ir lengvesnis svetainės pateikimas, tuo vartotojui patogiau ieškoti informacijos ir naudotis el. parduotuvės paslaugomis.
3. Pagrindinės produktus apibūdinančios charakteristikos, kurios svarbios elektroninei parduotuvei: ženklas, kokybė ir kaina.

Literatūros sąrašas

1. Cheung, C. M. K..; Lee, M. K. O. (2006). Understanding Consumer Trust in Internet Shopping: A Multidisciplinary Approach, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. (žiūrėta 2017-05-14) Prieiga per internetą: http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1117505
2. Dange, U.; Kumar, V. (2012). A Study of Factors Affecting Online Buying Behavior: A Conceptual Model, in Social Science Research Network. (žiūrėta 2017-05-14) Prieiga per internetą: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2285350
3. Davidavičienė, V.; Tolvaišas, J. (2011). Elektroninės prekybos interneto svetainių Lietuvoje vertinimas, *Informacijos mokslai*.
4. Grabowski, P. (2014). Key Factors Influencing Online Consumer Behaviour. Backed By Research, in eCommerce insiders.
5. Kwek, Ch. L; Tan, H. P.; Lau, T. (2010). Investigating the Shopping Orientations on Online Purchase Intention in the e-Commerce Environment: *A Malaysian Study, in Journal of Internet Banking and Commerce*.
6. Lederer, A. L.; Maupin, D. J.; Sena, M. P.; Zhuang, Y. (2000). The technology acceptance model and the World Wide Web, in Decision Support Systems.
7. Lingytė, M.; Valsamidis, S.; Mitsinis, N. (2011). E-commerce Behaviour of Lithuanian and Greek Women, *Intellectual Economics*.
8. Li, N.; Zhang, P. (2002). Consumer online shopping attitudes and behavior: an assessment of research, in American Conferrence on Information Systems. Prieiga per internetą: http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1433&context=amcis2002.
9. Luo, X. (2013). Uses and Gratifications Theory and E-consumer Behaviors: a Structural Equation Modeling Study. *Journal of Interactive Advertising*.
10. Pabedinskaitė, A.; Milišauskas, P. (2012). Elektroninės prekybos muzikos įrašais modelis, iš Verslas: teorija ir praktika.
11. Richard, M.; Chebat, J. C.; Yang, Z.; Putrevu, S. (2010). A proposed model of online consumer behavior: Assessing the role of gender., *Journal Business Research*.
12. Shim, S., et al. (2001). An online prepurchase intentions model: The role of intention to search. *Journal of Retailing*
13. So, W. C. M.; Wong, T. N. D.; Sculli, D. (2005). Factors affecting intentions to purchase via the internet, *Industrial Management & Data Systems*.
14. Soopramanien, D. G. R.; Robertson, A. (2007). Adoption and usage of online shopping: An empirical analysis of the characteristics of ‘‘buyers’’ ‘‘browsers’’ and ‘‘non-internet shoppers’’. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
15. Urban, G. L.; Sultan, F.; Qualls, W. J. (2000). Placing Trust at the Center of Your Internet Strategy, MIT *Sloan Management Review*.

KROVINIŲ, GABENAMŲ GELEŽINKELIŲ TRANSPORTU Į KAUNO LEZ TERITORIJĄ, POREIKIO TYRIMAS

Ganelinas Aidas Aurelijus, Glušakovas Artūras, Pinkevičius Tautvydas, Jankauskaitė Simona, Tamelis Juras

Kauno kolegija, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Paskutinį dešimtį metų, plėtra logistikos srityje akivaizdžiai matoma. Statomi nauji logistikos centrai, kroviniai pervežami automobiliniu transportu, traukiniais, plukdomi laivais. Tyrimai rodo, kad Lietuvoje labiausiai išplėtotas krovinių pervežimas automobiliniu transportu. Tačiau modernėjant geležinkelių bėgiams bei geležinkelių infrastruktūrai, vis daugiau įmonių pasirenka pervežimus geležinkelio bėgiais, kurių pagalba krovinius galima paskirstyti didesniais kiekiais ir žymiai mažesniais kaštais (Palšaitis, 2005; Vilkevičius, 2012). Todėl šiuo straipsniu siekiama išsiaiškinti, kokią naudą suteiktų planuojama geležinkelio vėžė, sujungsianti Kauno LEZ ir Kauno intermodalinį terminalą.

Tyrimo tikslas – įvertinti geležinkelio sąsajos, jungiančios Kauno LEZ ir Palemono terminalą, poreikį.

Tyrimo metodai: literatūros šaltinių analizė, anketinė apklausa, interviu metodas.

Raktiniai žodžiai: LEZ (Laisvoji Ekonominė Zona), intermodalinis terminalas, krovinių gabenimas.

Logistikos vidaus terminalai

Logistika vaidina vis svarbesnį vaidmenį gamybos įmonių veikloje. Daugelis kompanijų perka logistikos paslaugas iš kitų įmonių ir centralizuoti logistikos centrai laipsniškai tampa decentralizuotais. Tai – puiki galimybė Lietuvai. Didėjant krovinių srautams bei užsakymų apimtims, logistikos plėtra akivaizdžiai pastebima: statomi nauji logistikos centrai, atnaujinamas transporto parkas, priimami nauji logistiniai sprendimai. Plečiantis logistikos tinklui, galimai pasitarnautų nauja geležinkelio vėžė iš Kauno intermodalinio terminalo, esančiame Palemone, į Kauno LEZ. Iškeliama hipotezė, jog Kauno LEZ būtų naudinga turėti geležinkelio sąsają su Palemono intermodaliniu terminalu.

Pagrindiniai logistikos veiklos taškai yra vidaus terminalai, kurie apjungia transporto infrastruktūrą, krovinių tvarkymo infrastruktūrą, jūrų uostus bei rinkas. Paprastai centralizuotos logistikos struktūros kuriasi šalia jūrų uostų arba pirmos pakopos vidaus terminalų. Pasak Palšaičio (2005), plečiantis Europos Sąjungai decentralizuotos struktūros vis labiau juda rytų kryptimi. Tačiau vidaus terminalai yra svarbūs ne tik logistikos, bet ir jūrų uostų veikloje. Ką įrodo faktas, kad nuo 2009 iki 2016 metų užimtumas transporto (ir susisiekimo) sektoriuje išaugo 33% ir pasiekė 111.400 darbo vietų arba 7,3% viso užimtumo lygį (LR Susisiekimo ministerija, 2014).

Kauno intermodalinis terminalas

1 pav. *Kauno intermodalinis terminalas*

Kauno IT (intermodalinis terminalas) – konteinerinis geležinkelių terminalas Kaune, šalia Palemono geležinkelio stoties. Antras pagal pajėgumą terminalas po Vilniaus intermodalinio terminalo. Ši Kauno viešojo logistikos centro (KVLC) dalis yra svarbus transporto mazgas, nes leidžia sujungti dvi skirtingų pločių geležinkelių vėžes – europinę ir rusiškąją. Krovinius nuo vienos vėžės ant kitos kels net 40 tonų keliamosios galios turintis modernus kranas. Jūrinių

konteinerių, tank-konteinerių ir šaldančių konteinerių aptarnavimas, konteinerių saugojimas iki 45 dienų, muitinės, maisto ir veterinarijos tarnybos paslaugos vienoje vietoje, patogi ir greita krovinių krova ant geležinkelio platformų ir puspriekabių. Svarbu pažymėti, kad Palemonas intermodaliniam terminalui pasirinktas dėl unikalios jo geografinės padėties: greta – tarptautinis Kauno oro uostas ir Kauno laisvoji ekonominė zona (LEZ), magistralė Vilnius-Klaipėda, vedanti į Klaipėdos jūsų uostą (Vilkevičius, 2012). Šis intermodalinis terminalas gali naudoti ožinį konteinerinį kraną, vilkikus, yra keturi geležinkelio krovos keliai ir TEU konteinerių saugojimo aikštelė, 16 vietų refrižeratoriniams konteineriams, bei naudoja tris autotransprto ir vagno kėlimo būdus. Kauno IT terminalo vienos pamainos (8 val.) pralaidumas yra 70 konteinerių (Kauno intermodalinis terminalas, 2017).

To pasekoje galima teigti, jog konteinerių perkrovimo laikas yra kur kas trumpesnis, nei pakrovimas kelių transportu. Kroviniai gali būti perkrauti iš vieno vagono tiesiai ant kito. Tai daro jį labai palankų Kauno LEZ įsikūrusioms įmonėms.

Geležinkeliai Lietuvoje

Nesuklysime teigdami, kad šiuo metu, geležinkeliai gana plačiu tinklu išraižė viso pasaulio žemynus, kas tam tikrą laiką jais vis prarieda keleiviniai ar sunkūs prekiniai traukiniai, kurie į įvairias pasaulio šalis gabena keleivius bei įvairios paskirties krovinius (Cheltenham, Northampton & Elgar A., 2002).

Geležinkelis - tai traukinių transporto visuma, kurią sudaro geležinkelio bėgių tinklas, traukiniai, stotys, pagalbinė įranga. Dabartinis Lietuvos plačiosios vėžės geležinkelių tinklo linijų ilgis yra 1775,3 km: iš jų rusiškosios 1520 mm vėžės – 1753,5 km, o standartinės 1435 mm vėžės – 21,8 km. 1520 mm pločio vėžės geležinkeliai Lietuvą jungia su Baltijos valstybėmis bei Nepriklausomų valstybių sandraugos šalimis, o 1435 mm pločio vėžės geležinkeliai su Lenkija (Minalga, 2001).

2016 metų spalio 7d. 10.30 val. Kauno geležinkelio stotyje buvo pasirašyta „Rail Baltica“ geležinkelio ruožo „Jiesia – Rokai“ statybos darbų sutartis (Rail Baltica, 2017). Šis ruožas siaurąja vėže sujungs Kauno geležinkelio stotį su Kauno intermodaliniu terminalu, kuris ateityje taps „Rail Baltica“ linija ir plačiąja geležinkelio vėže atkeliausiančių konteinerių srautų perkrovos bei paskirstymo tašku. Sujungus Kauno intermodalinį terminalą su geležinkeliu „Rail Baltica“, terminalas taps labai svarbiu centru logistikos grandinėje, aptarnaujančioje krovinius, vežamus skirtingo standarto vėžes geležinkelio tinklais tiek Šiaurės – Pietų, tiek Vakarų – Rytų kryptimis.

Apibendrinant, galima paminėti, jog geležinkėlių transportas šiuo metu yra intensyviai vystomas ir pridedamos papildomos vežimo kryptys. Didelį patogumą suteikia greitieji traukiniai iš Klaipėdos uosto į KIT ir VIT terminalus. Iš Kauno intermodalinio terminalo nutiesus papildomą geležinkelio vėžę į Kauno

LEZ, investuotojams atsivertų daugiau galimybių pasiekti visas Baltijos šalis geležinkelio transportu tiesiai iš LEZ per Palemono intermodalini krovinių terminalą.

Laisvosios ekonominės zonos

Lietuvoje yra septynios Laisvosios ekonominės zonos, iš kurių penkios – pilnai funkcionuojančios. Čia Lietuvos ir užsienio įmonės gali naudotis išvystyta infrastruktūra ir išskirtinai palankiomis ekonominėmis bei teisinėmis sąlygomis. Įmonėms taikomi lengvatiniai mokesčių tarifai bei įvairi konsultacinė pagalba. Laisvųjų ekonominių zonų pagrindų įstatymas nustato laisvosios ekonominės zonos (toliau – zona) steigimo tvarką (Laisvoji ekonominė zona, 2017).

Tiriama Kauno zona apima 534 ha ploto. Norint pradėti dirbti laisvojoje ekonominėje zonoje, būtina gauti atitinkamos zonos valdymo įmonės leidimą plėtoti veiklą toje teritorijoje. Zonos įmonė turi galimybę 6 metus nemokėti pelno mokesčio (15%), o šiam periodui pasibaigus, dar 10 metų zonos įmonei gali būti taikomas 50% sumažintas pelno mokesčio tarifas. Įmonės, LEZ narės (užregistruotos Lietuvos Respublikoje bei turinčios LEZ Valdymo įmonės leidimą vystyti veiklą zonos teritorijoje), atitinkančios konkrečius reikalavimus, naudojasi mokesčių lengvatomis:

- pirmuosius šešis ataskaitinius laikotarpius nemoka pelno mokesčio;
- Po termino pabaigos, 10 metų taikomas 50% sumažintas pelno mokesčio tarifas;
- Dividendai neapmokestinami pelno mokesčiu;
- Nekilnojamas turtas neapmokestinamas nekilnojamojo turto mokesčiu (Laisvoji ekonominė zona, 2017).

Galima daryti išvadą, kad Kauno Laisvojoji Ekonominė Zona yra patraukli tiek įmonėms, kurios orientuojasi į įvairias pramonės ir paslaugų sritis, kas būtų perspektyva ir efektyviam geležinkelio jungties panaudojimui.

Tyrimo rezultatų apžvalga

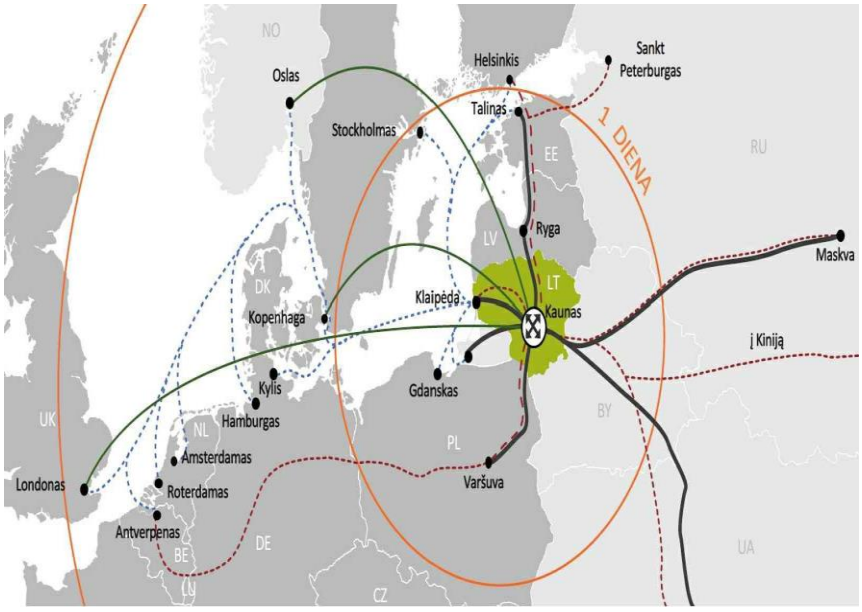
Siekiant išsiaiškinti geležinkelio sąsajos poreikį tarp Kauno LEZ ir Kauno intermodalinio terminalo 2017 m. balandžio – gegužės mėnesiais buvo atliktas tyrimas. Jame dalyvavo 26 LEZ įsikūrę įmonės. Anketinės apklausos ir interviu metodų pagalba išsiaiškinta įmonių atstovų požiūris į minėtos geležinkelio vėžės tiesimą ir naudą. Rezultatai atskleidė dvi skirtingas vyraujančias nuomones.

Prieš analizuojant įmonių požiūrį į galimą geležinkelio sąsają, svarbu pastebėti, kad 46% įmonių, esančių LEZ teritorijoje apyvarta siekia 3 – 5 mln. Eur, tai yra vidutinio dydžio įmonės, kurių darbuotojų skaičius siekia 20-50 darbuotojų (39%). Didžioji dalis krovinių, patenkančių į LEZ teritoriją atvežamos ant padėklų (54%). Skirstant respondentus pagal įmonės veiklą, didžioji dalis apklaustų įmonių užsiima gamyba (38%) (žr. 1 lentelė).

1 lentelė. *Bendri duomenys apie respondentus (įmones)(Sudaryta autorių)*

Įmonės apyvarta	<3mln. €	3 mln. – 5mln. €	5 mln. – 10 mln.. €	10 mln.- 20 mln. €	>20mln. €
	7%	46%	17%	15%	15%
Darbuotojų skaičius	0-10	10-20	20-50	50-100	>100
	7%	31%	39%	9%	14%
Įmonės veikla	Gamyba	Gamyba/ Logistika	Elektronika/ Automatizavimas	Maisto pramonė/farmacija	Energetika
	38%	27%	19%	12%	4%
Produkcijos rūšis	Skystos prekės	Trapios prekės	Paletinės prekės	Negabaratinės prekės	
	12%	18%	54%	16%	

Remiantis apklausos duomenimis, įmonės per metus vidutiniškai perveža iki 8 tūkst. tonų krovinių. Gamybinėms įmonėms, geležinkėlio vėžė iki LEZ nėra pakankamai svarbi, kadangi prekės, gaminamos LEZ teritorijoje, yra trapios ir papildomas perkrovimas būtų ne tiek naudingas, kiek atvirkščiai – žalingas. Kitu atveju, įmonės produkcija yra pernelyg smulki ir pristatymas reikalingas kiek įmanoma greitesnis. Įmonėms, kurių pagrindinė veikla apima energetiką, geležinkėlio vėžė iš Palemono į LEZ yra aktuali bei naudinga, tačiau šių įmonių skaičius kol kas siekia vos 4%. Farmacijos bei maisto pramonės įmonėms (12%) geležinkėlio vėžė nėra aktuali, kadangi transportuojant produkciją reikalinga palaikyti tam tikrą temperatūrą, taip pat svarbus greitas pristatymas. Apklausus įmonės atstovus, paaiškėjo, jog tai gali būti naudinga logistikos įmonėms, kurios krovinius galėtų pervežti iš Klaipėdos uosto per Palemono intermodalinį interminalą tiesiai į LEZ, gamybinėms įmonėms, kurių produkcija nėra trapi ir papildomas perkrovimas produkcijos kokybei nepakenks bei įmonėms, kurių produkciją apima skystos prekės (pienas, naftos produktai ir kt.).

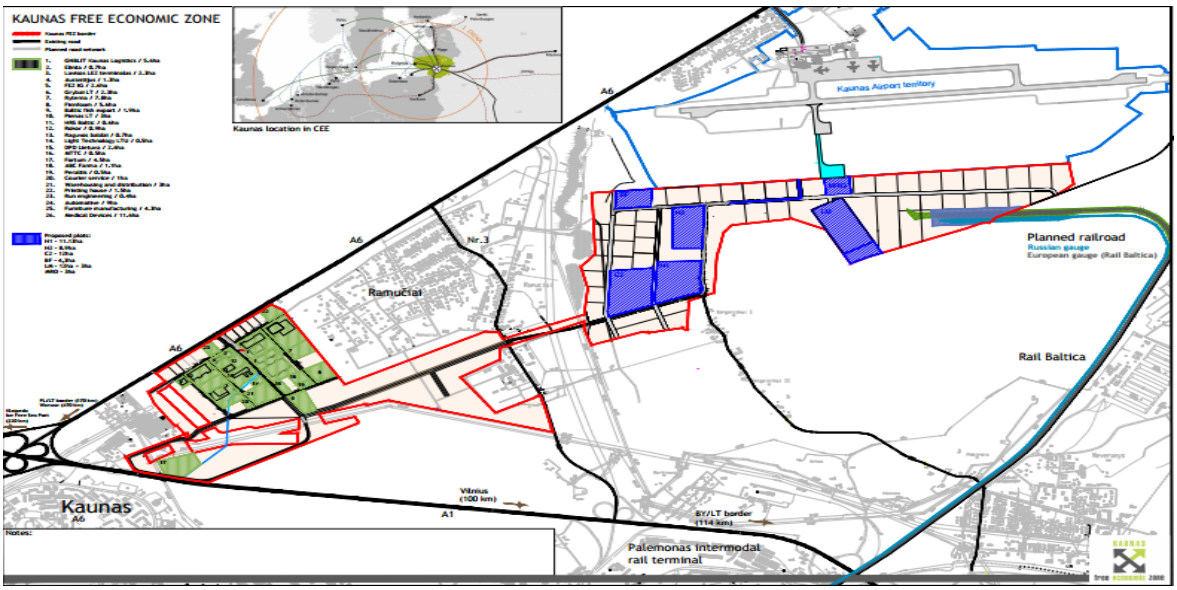


2 pav. *Pagrindiniai maršrutai iš Kauno LEZ (Kauno LEZ, 2017)*

Didžiąją dalį apklaustų įmonių, transportuoti prekes geležinkeliu iš LEZ atgrąso dideli kaštai bei investicijos. Įmonėms, kurių pelnas nesiekia 10 mln. Eur. (tokios įmonės apima 70% LEZ esančių įmonių), geležinkelio vėžė į LEZ per Palemoną šiuo metu yra nenaudinga.

Vis dėlto svarbu pažymėti, Kauno LEZ pozicija, pasak generalinio direktoriaus V.Ptružio, dėl geležinkelio sąsajos atsiradimo yra labai teigiama, nes šis projektas turėtų tiesioginės naudos Kauno LEZ. Kadangi dabar nėra geležinkelio vėžės LEZ teritorijoje, todėl negalima pritraukti naujų investitorių, kurių veikla susideda iš sunkiasvorių, arba labai didelio kiekio krovinių, pavyzdžiui: žemės ūkio technikos transportavimas, arba didelio kiekio krovinių pervežimas; kuro, arba statybinių medžiagų transportavimas. Šiai dienai šiam sektoriui plėtra negalima, bet nutiesus vėžę, galima tikėtis plėtros rytinėje teritorijos dalyje (3 paveikslėlis). Taip pat tiesioginė nauda būtų ir Klaipėdos terminalui, kadangi laivai uoste turi būti labai greitai iškraunami, todėl krovininiai konteineriai negali ilgai užsibūti ant kranto. Jie užima labai daug vietos, ir iškart yra išvežami specialių traukinių (kurių grafikai suderinti visada būna su laivų iškrovimu) į kitą vietą, ir tik tada rūšiuojami pagal paskirtį. Taip susidaro papildomas vienas perkrovimas, ir išnaudojama daug laiko, bei darbo kapitalo. Šią problemą išspresti galima būtų sandėliuojant konteinerius Kauno LEZ, ir tiesiogiai juos toliau perskirstant pagal reikiamas kryptis (NVS šalis arba Europoje) (2 pav.). Taip pat galima įžvelgti galimų klientų iš jūrinių valstybių, kadangi Klaipėdos uostas neužšąlantis visus metus (priešingai nei šiauriniai uostai), ir transportavimas Baltijos jūra yra pigesnis dėl šios priežasties. Galima daryti prielaidą, jog užsienio klientai galėtų rinktis Klaipėdos uostą kaip alternatyvą, ir sutaupyti (jeigu, žinoma, klientui taip pat svarbu yra prekes transportuoti geležinkeliu). Sandėliavimas Kauno LEZ ženkliai padidintų Klaipėdos uosto krovinių apyvartą. Taip pat geležinkeliu atvežtus krovinius išmuitinant LEZ teritorijoje, būtų sutaupoma laiko, ir išvengta auto transporto spusčių teritorijoje.

Netiesioginė nauda butų ir valstybei, surenkant didesnius mokesčius, nuo naujų investitorių Kauno LEZ kuriems privaloma yra geležinkelis, kaip pagrindinis žaliavų/produkcijos transportavimas.



3 pav. *Kauno LEZ išplanavimas, kur žalia spalva pažymėta atšaka iš geležinkelio vėžės „Rail Baltica“ – planuojama geležinkelio vėžė (šaltinis - Kauno LEZ, 2017)*

Pati geležinkelio atšaka neatsipirktų 5-6 ateinančius metus, tačiau suteiktų kitokios pridėtinės vertės - darbo vietų sukūrimas, Klaipėdos uosto plėtra ir nauji investitoriai Kaune.

Išvados

1. Literatūros analizė atskleidė, kad Lietuvos teritorijoje einantys tranzitiniai koridoriai yra viena iš svarbiausių Lietuvos ūkio plėtros šakų. Klaipėdos uosto ir geležinkelių pagalba galima krovinius paskirstyti optimaliau.
2. Kauno intermodalinis terminalas, antras pagal dydį Lietuvoje, leidžia sujungti dvi skirtingų pločių geležinkelių vėžes, turi itin palankią geografinę padėtį dėl netoliese esančių: tarptautinio Kauno oro uosto ir Kauno LEZ, magistralės Vilnius-Klaipėda. Jis gali sudaryti sąlygas Kaune steigti įmones, kurių veikla susidaro iš stambiagabaritinių prekių, kurioms nepalankus kelių transportas.
3. Nustatyta, kad Kauno LEZ būtų naudinga turėti geležinkelio sąsają su Palemono intermodaliniu terminalu, kas padėtų LEZ pritraukti naujų įmonių, sumažintų Klaipėdos terminalo apkrovą ir pagreitintų krovinių srautus per Kauno LEZ.

Literatūros sąrašas

1. BVP kaita logistikos atžvilgiu (2016). [interaktyvus], [žiūrėta 2017-04-24]. Oficialus Lietuvos statistikos departamento puslapis. Prieiga per internetą: https://osp.stat.gov.lt/web/guest/statistiniu-rodikliu-analize
2. David J. Bloomberg; Stephen B. LeMay; Joe B. Hanna. (2002). Logistics, p. 14-127.
3. Elgar, A. (2002). Cheltenham, Northampton. Railways, p. 473-479.
4. Kauno intermodalinis terminalas. (2017). [interaktyvus], [žiūrėta 2017-05-11]. Oficialus intermodalinio terminalo puslapis. Prieiga per internetą: http://intermodalcenter.lt/kauno-intermodalinis-terminalas/
5. Laisvoji ekonominė zona. (2017). [interaktyvus], [žiūrėta 2017-05-11]. Oficialus Kauno laisvosios ekonominės zonos puslapis. Prieiga per internetą: http://ftz.lt/
6. Minalga, R. (2001). Logistika, p. 178-194.
7. Palšaitis, R. (2005). Logistikos vadybos pagrindai, p. 48-71.
8. Rail Baltica – Project of the Century (2016). [interaktyvus], [žiūrėta 2017-04-20], Oficialus Rail Baltica projekto puslapis. Prieiga per internetą: http://railbaltica.org/about-rail-baltica/
9. Vilkevičius, A. (2012) . Kauno LEZ investicinio klimato įtaka užsienio investicijų pritraukimui, p. 21-47.

KOKIE MOTYVAI SKATINA STUDENTŲ (VAIKINŲ IR MERGINŲ) FIZINĮ AKTYVUMĄ?

Ivaškienė Vida[1], Markevičius Vytautas[2]

[1]Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

[2]Mykolo Romerio universitetas, Vilnius, Lietuva

Anotacija. Veiklos motyvai vystosi kartu su asmenybės veikla, jų raida yra sudėtinga. Dažniausiai veikia motyvų kompleksas, kuris gali keistis. Mokslinė problema ta, kad stinga žinių, kokie motyvai skatina studentus būti fiziškai aktyviems. *Tyrimo tikslas* – išsiaiškinti studentų fizinio aktyvumo motyvaciją. *Tyrimo metodai:* literatūros šaltinių analizė, anketavimas, statistinė analizė. Studentams buvo pateikta 56 klausimų standartizuota F. Herzberg (1996) anketa. Jos pagalba buvo nustatyti šie aštuoni fiziškai aktyvios veiklos motyvai: finansinis, pripažinimo ir dėkingumo, atsakomybės, santykių su vadovu, karjeros, laimėjimų, darbo turinio, bendradarbiavimo. Didžiausias kiekvieno motyvo įvertinimas – 28 balai. Tyrimo rezultatai apdoroti *SPSS 19.0 for Windows* programa, skirtumų patikimumas nustatytas pagal Stjudento *t* kriterijų. Tyrime dalyvavo dviejų Vilniaus universitetų kūno kultūros ir sporto pratybas lankantys 198 studentai (101 vaikinas ir 97 merginos), kurių amžius 19–22 metai. Tyrimas atliktas 2016 m. pavasarį. *Išvados*. Studentų fizinio aktyvumo motyvacijoje svarbiausi yra darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvai, o nereikšmingiausi – finansinis ir karjeros motyvai. Vaikinams darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvai svarbesni nei merginoms ($p < 0,05$).

Raktiniai žodžiai*:* studentai, fizinis aktyvumas, motyvacija.

Įvadas

Elgsenos varomoji jėga yra motyvacija, kurią sudaro individo nuostatų, įsitikinimų, poreikių ir kitų psichinių veiksnių visuma. Nustatyta, kad elgesio patvarumas iš esmės priklauso nuo motyvacijos lygio. Kuo motyvacija socialiniu požiūriu yra vertingesnė, tuo elgesys yra patikimesnis, mažiau priklauso nuo išorinių veiksmų, ir atvirkščiai.

Motyvaciją yra tyrę įvairių šalių mokslininkai (Deci, Ryan, 1985; Csikzentmihalyi, Nakamura, 1989; Flood, Hellsted, 1991; Wang, Biddle, 2001), bet fizinio aktyvumo motyvacijos tyrimų aktualumą lemia motyvų būti fiziškai aktyviems nustatymas ir motyvacijos metodikų paieška.

Pagal F. Herzberg (1996) teoriją, asmenybės motyvaciją veikia dviejų veiksnių grupės: palaikomųjų ir skatinamųjų. Palaikomieji veiksniai – tai treniruotės sąlygos, materialus atlygis, sportininko ir trenerio santykiai, jų santykiai su komandos draugais; skatinamieji veiksniai – tai galimybė tobulėti, laimėjimai, pripažinimas. Pagal minėtą teoriją, būtinos abi motyvacijos veiksnių grupės.

Dabartiniu metu labai svarbu įtvirtinti kūno kultūrą kaip vertybę asmenybės kultūros sistemoje (Patton, Parker, 2012; Poteliūnienė, 2012; Strazdienė, Adaškevičienė, 2012; Futornyi, 2013). Siekiant didinti studentų fizinį aktyvumą laisvalaikiu, kūno kultūros pratybų turinys turėtų būti nukreiptas į motyvacijos fiziškai aktyviau gyventi didinimą (Strazdienė, Adaškevičienė, 2012).

Veiklos motyvai vystosi kartu su asmenybės veikla, jų raida yra sudėtinga. Dažniausiai veikia motyvų kompleksas, kuris gali keistis. Nustatyta, kad viena iš menko fizinio aktyvumo priežasčių yra optimalaus motyvacinio komplekso nebuvimas. Neatsižvelgiant į daugybę aktyvaus gyvenimo būdo privalumų, fizinio aktyvumo stoka yra svarbi sveikatos problema aukštosiose mokyklose (DeLong, 2006; Strazdienė, Adaškevičienė, 2012).

Mokslinė problema ta, kad stinga žinių, kokie motyvai skatina studentus būti fiziškai aktyviems. Motyvacijos tyrimai yra aktualūs, nes tyrimo rezultatų analizė galėtų prisidėti prie kūno kultūros pratybų, labiau orientuotų į studentų fizinio aktyvumo motyvacijos stiprinimą, organizavimo.

Hipotezė –studentų fizinio aktyvumo motyvacija yra skirtinga lyties aspektu.

Tyrimo tikslas – išsiaiškinti studentų fizinio aktyvumo motyvaciją.

Tyrimo metodika ir organizavimas

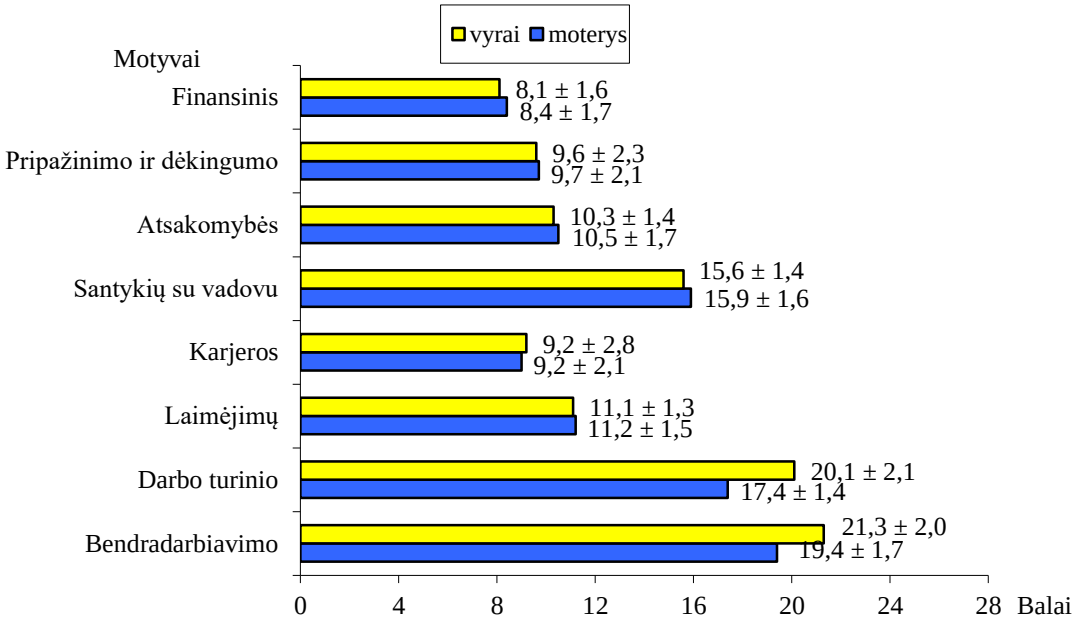
Tyrimo metodai: literatūros šaltinių analizė, anketavimas, statistinė analizė. Tiriamiesiems buvo pateikta 56 klausimų standartizuota F. Herzberg (1996) anketa, aprobuota ankstesniuose tyrimuose (Čepelionienė, Ivaškienė, 2005). Jos pagalba buvo nustatyti šie aštuoni fiziškai aktyvios veiklos motyvai: finansinis, pripažinimo ir dėkingumo, atsakomybės, santykių su vadovu, karjeros, laimėjimų, darbo turinio, bendradarbiavimo. Didžiausias kiekvieno motyvo įvertinimas – 28 balai.

Tyrime dalyvavo dviejų Vilniaus universitetų kūno kultūros ir sporto pratybas lankantys 198 studentai (101 vaikinas ir 97 merginos), kurių amžius 19–22 metai. Tyrimas atliktas 2016 m. pavasarį sporto salėse po kūno kultūros ir sporto pratybų.

Tyrimo rezultatai apdoroti *SPSS 19.0 for Windows* programa, skirtumų patikimumas nustatytas pagal Stjudento *t* kriterijų. Skirtumas su klaidos tikimybe mažiau nei 0,05 buvo vertinamas kaip statistiškai patikimas.

Rezultatai

Analizuojant studentų fizinio aktyvumo motyvus, nustatyta, kad vaikinams svarbiausi yra bendradarbiavimo (21,3 ± 2,0 balo) ir darbo turinio (20,1 ± 2,1 balo) motyvai; merginoms svarbiausi tie patys – bendradarbiavimo (19,4 ± 1,7 balo) ir darbo turinio (17,4 ± 1,4 balo) motyvai (žr. pav.). Nustatyti statistiškai reikšmingi ($p < 0,05$) skirtumai tarp vaikinų ir merginų darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvų: jie svarbesni vaikinams.



1 pav. *Studentų fizinio aktyvumo motyvai (balai,* $\bar{x} \pm S\bar{x}$*)*

Nustatyta, kad studentų (tiek vaikinų, tiek merginų) fizinio aktyvumo motyvacijoje gana svarbūs yra santykių su vadovu motyvai (atitinkamai 15,6 ± 1,4 balo ir 15,9 ± 1,6 balo). Palyginti su kitais motyvais, nereikšmingiausi mūsų respondentams yra pripažinimo ir dėkingumo (atitinkamai 9,6 ± 2,3 balo ir 9,7 ± 2,1 balo), finansinis (atitinkamai 8,1 ± 1,6 balo ir 8,4 ± 1,7 balo) ir karjeros (atitinkamai 9,2 ± 2,8 balo ir 9,2 ± 2,1 balo) motyvai.

Rezultatų aptarimas

Hipotezė – studentų fizinio aktyvumo motyvacija yra skirtinga lyties aspektu – pasitvirtino iš dalies: nustatyti statistiškai reikšmingi ($p < 0,05$) skirtumai tarp vaikinų ir merginų darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvų – jie svarbesni vyriškos lyties atstovams.

Nustatyta, kad mūsų tirtiems studentams reikšmingiausi yra darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvai. Tai sutampa ir su kai kurių sporto šakų sportininkų motyvų tendencija – jiems minėti motyvai yra reikšmingiausi (Čepelionienė, Ivaškienė, 2005; Ivaškienė ir kt., 2007). Mūsų tiriamiesiems reikšmingiausias bendradarbiavimo motyvas rodo, kad kūno kultūros ir sporto pratybas lankančių studentų tarpusavio santykiai yra geri.

Anot F. Herzberg (1996) motyvacijos teorijos, darbas turi būti modifikuojamas taip, kad asmuo turėtų galimybę patirti sėkmę, pripažinimą, atsakomybę ir tobulėjimą (Coffey et al., 1994). Manome, kad kūno kultūros ir sporto pratybas lankantys studentai jaučia tobulėjimo poreikį, nes domisi darbo turiniu.

Trečioje vietoje pagal reikšmingumą studentams yra santykių su vadovu motyvas. Tai rodo, kad kūno kultūros dėstytojai ir treneriai yra gerai vertinami kaip specialistai, klausomasi jų nurodymų ir

patarimų. Nereikšmingiausias mūsų tiriamiesiems karjeros motyvas atskleidžia, kad studentai mąsto, jog kūno kultūros ir sporto pratybų lankymas profesinei karjerai turės mažai įtakos.

Atlikto tyrimo rezultatai sutampa su Čepelionienės ir Ivaškienės (2005), Ivaškienės ir kt. (2005, 2007), Mačiulio ir kt. (2007), Grincevičiaus ir kt. (2009), Ivaškienės (2010) duomenimis, kad sportuojantiesiems karjeros motyvas mažiausiai reikšmingas.

Dvikovos sporto šakų atstovų sportinės veiklos motyvacijos tyrimuose nustatyta, kad fechtuotojams svarbiausias sportinės veiklos motyvas – laimėjimų (Čepelionienė, Ivaškienė, 2005), didelio meistriškumo boksininkams, bušido kovotojams – finansinis, darbo turinio ir laimėjimų, didelio meistriškumo karatė kovotojams – darbo turinio, bendradarbiavimo ir laimėjimų motyvai, mažo meistriškumo boksininkams ir karatė kovotojams – darbo turinio, bendradarbiavimo ir atsakomybės motyvai (Ivaškienė ir kt., 2007; Ivaškienė, 2010).

L. L. DeLong (2006) nustatė, kad kūno kultūros ir sporto pratybas pasirinkusiems studentams svarbiausi fizinio aktyvumo motyvai yra susidomėjimo/pasitenkinimo, kompetencijos ir socialiniai. A. Nowak – Zaleska su bendraautoriais (2013) atskleidė, kad 2000-aisiais metais studentai labiau rūpinosi savo sveikata, išvaizda, figūra, mėgavosi fiziniu aktyvumu, nei 2010-aisiais metais.

Studijų aukštosiose mokyklose pradžia yra palankus metas sudaryti galimybes formuoti studentų gyvensenos įpročius, tačiau Lietuvos aukštosios mokyklos šią galimybę palieka neišnaudotą (Norkus, Alūzas, 2012). L. K. Chiu ir K. Kayal (2010), N. Strazdienės ir E. Adaškevičienės (2012) atliktų tyrimų analizės rezultatai leidžia teigti, kad akademinio jaunimo motyvacija būti fiziškai aktyviais turėtų būti plėtojama taip, kad įgalintų protinį darbą dirbantį asmenį orientuotis į holistinį savo asmenybės ugdymą(si), išlaikant protinio darbo ir fizinio aktyvumo darną.

Manome, kad studentams reikėtų akcentuoti, kad fizinis aktyvumas yra tiesiogiai susijęs su sveikata, gera savijauta ir išvaizda, todėl turės įtakos jų karjerai. Gal tuomet studentai būtų labiau motyvuoti būti fiziškai aktyvesniais.

Išvados

1. Studentų fizinio aktyvumo motyvacijoje svarbiausi yra darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvai, o nereikšmingiausi – finansinis ir karjeros motyvai.
2. Vaikinams darbo turinio ir bendradarbiavimo motyvai svarbesni nei merginoms ($p < 0,05$).

Literatūros sąrašas

1. Chiu, L. K.; Kayat, K. (2010). Psychological determinants of leisure time physical activity participation among public university students in Malaysia. *Asian Journal of Teaching & Learning in Higher Education*, 2 (2), p. 33–45.
2. Coffey, R. E.; Cook, C. W.; Hunsaker, P. L. (1994). *Management and Organizational Behavior*. IRWIN.

3. Csikzentmihalyi, M.; Nakamura, J. (1989). The dynamics of intrinsic motiviation. In C. Ames, R. Ames (Eds.). *Motivation in Education.* 3, p. 45–71.
4. Čepelionienė, J.; Ivaškienė, V. (2005). Lietuvos fechtuotojų ir penkiakovininkų sportinės veiklos motyvai. *Sporto mokslas,* 2 (40), p. 52–57.
5. Deci, E. L.; Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior.* New York: Plenum.
6. DeLong, L. L. (2006). College students' motivation for physical activity: Doctoral dissertation. Monroe: Department of Kinesiology, University of Louisiana State.
7. Flood, S.; Hellsted, J. (1991). Gender differences in motivation for intercollegiate athletic participation. *Journal of Sporto Behavior*, 3 (14), p. 159–168.
8. Futornyi, S. M. (2013). Ways to improve the organization of physical education students in higher education. Pedagogics, psychology, medical-biological problems of physical training and sport, 12, p. 94–100.
9. Grincevičius, A.; Ivaškienė, V.; Liaugminas, A. ir kt. (2009). Skirtingo meistriškumo graikų-romėnų imtynininkų sportinės veiklos motyvacija. *Sportinį darbingumą lemiantys veiksniai (II): mokslinių straipsnių rinkinys* (elektroninis išteklius), p. 319–325.
10. Herzberg, F. (1996). *Work and the Naturew of Man*. Cleveland: World.
11. Ivaškienė, V. (2010). Dalyvaujančių ir nedalyvaujančių varžybose karatė ir bušido kovotojų sportinės veiklos motyvacija. *Kūno kultūra ir sportas universitete-2010: tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga. Kaunas, Kauno technologijos universitetas,* p. 217–219.
12. Ivaškienė, V.; Mačiulis, V. V.; Meidus, L. ir kt. (2007). Lietuvos boksininkų ir karatė kovotojų sportinės veiklos motyvai. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas,* 4 (67), p. 26–31.
13. Ivaškienė, V.; Rudas, E.; Grincevičius, A.; Sajūtė, J, (2005). Kauno technologijos universiteto graikų-romėnų imtynininkų sportinės veiklos motyvacijos ypatumai. *Kultūra – Ugdymas – Visuomenė: mokslo darbai,* p. 318–322.
14. Mačiulis, V. V.; Liaugminas, A.; Liaugminas, S. ir kt. (2007). Studentų boksininkų ir graikų-romėnų imtynininkų sportinės veiklos motyvai. *Physical Culture and Sport in Universities: International Conference, Palanga, Lithuania, 26 May 2007,* p 198–200.
15. Norkus, A., Alūzas, R. (2012). Studentų sveikatos ugdymas Lietuvos aukštosiose mokyklose: galimybės ir problemos. Studijos šiuolaikinėje visuomenėje, 3 (1), p. 185–193.
16. Nowak-Zaleska, A.; Zaleski, R. W.; Walentukiewicz, B.; Marcin, A. P. (2014). Motivations for undertaking physical activity by first-year students of Faculty of Physical Educationin 2000 and 2010. *Baltic Journal of Health & Physical Activity*, 1, p. 41–47.
17. Patton, K..; Parker, M. (2014). Moving from "things to do on Monday" to student learning: physical education professional development facilitators views of success. *Physical Education and Sport Pedagogy,* 1, p. 60–75.
18. Poteliūnienė, S. (2012). Pagal interesus pasirinktų kūno kultūros pratybų veiksmingumas studenčių fiziniam parengtumui ir fizinės saviugdos kompetencijai. Fizinis aktyvumas ir sportas universitete: tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga, p. 59–62.
19. Strazdienė, N.; Adaškevičienė, E. (2012). Studentų sveikatą stiprinantis fizinis aktyvumas, jo raiška laisvalaikiu. *Tiltai,* 4, p. 93–104.
20. Wang, J.; Biddle, S. (2001). Young people's motivational profiles in physical activity: A cluster analysis. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 23, p. 1–22.

BOKSININKŲ AGRESIJOS RAIŠKA AMŽIAUS ASPEKTU

Ivaškienė Vida[1], Murauskas Vincas[2]

[1]Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva,

[2]Šilutės sporto mokykla, Šilutė, Lietuva

Anotacija. Nors mokslinėje literatūroje gana plačiai nagrinėjama sportuojančių asmenų agresyvaus elgesio problema (Šukys, 2003; Stephens, 2004), dvikovos atstovų tyrimai nėra gausūs. Kyla probleminis klausimas – kokioje amžiaus grupėje boksininkų agresijos raiška yra didesnė? *Tyrimo hipotezė* – vyresni boksininkai yra agresyvesni. *Tyrimo tikslas* – nustatyti boksininkų agresijos raišką amžiaus aspektu. Tyrime taikyta anketinė apklausa (Buss ir Perry agresijos skalė) (Buss and Perry, 1992) ir statistinė analizė. Tiriamąją imtį sudarė 48 Šilutės sporto mokyklos boksininkai (jaunimo ir suaugusiųjų amžiaus grupių atstovai), kurių vidutinis amžiaus 17,8 ± 3,1 metų, sportinis stažas – nuo 2 iki 8 metų. Tyrimas atliktas 2016 m. pavasarį. Tyrimas atskleidė, kad skirtingo amžiaus (jaunimo ir suaugusiųjų) boksininkų fizinė, netiesioginė, verbalinė agresija ir kaltės jausmas reikšmingai nesiskiria. Nors ir nenustatyti statistiškai reikšmingi skirtumai, bet nežymiai didesnė yra verbalinės agresijos ir kaltės jausmo raiška nustatyta jaunesniems boksininkams. Skirtingo amžiaus boksininkų priešiškumas skiriasi statistiškai reikšmingai: didesnis priešiškumas nustatytas jaunimo amžiaus grupėje ($p<0,05$). Tyrimo rezultatai patvirtina D. Nasvytienės ir J. Montvydaitės (2003) tyrimo rezultatus, kurie atskleidė kad jaunesni paaugliai agresyvesni už vyresnius paauglius bei jaunus suaugusiuosius. Išvados: skirtingo amžiaus boksininkų fizinės, verbalinės agresijos ir pykčio raiška reikšmingai nesiskiria. Didžiausia priešiškumo raiška yra jaunimo amžiaus grupėje.

Raktiniai žodžiai: boksininkai, agresija, amžiaus grupės.

Įvadas

Šiuolaikinėje visuomenėje agresyvumas tampa vis aktualesne problema. Agresyvus elgesys padaro dvasinių, fizinių ar materialinių nuostolių ne tik atskiriems asmenims, bet ir visuomenei. Agresija visada buvo ir yra socialinė bei psichologinė problema, kuri kelia ypatingą visuomenės susirūpinimą (Gard, Meyen, 2000). Su sportu susijusi agresija pastebima visuose sporto lygmenyse – nuo vaikų iki profesionalių suaugusiųjų lygų (Fields et al., 2007).

Agresyvumo reiškinys sporto srityje tiriamas įvairiais aspektais. I. M. Endresen ir D. Olweus (2005) akcentuoja asmenybės bruožų poveikį agresyvumo raiškai sporto srityje ir tvirtina, jog agresyvumo raiška sportuojant atitinka agresyvumą kasdienėje aplinkoje, nors anksčiau, kaip teigia autoriai, buvo manoma atvirkščiai, kad jėgos sportas mažina agresyvaus elgesio apraiškas.

Kaip teigia C. J. Dunn ir kt. (2008), svarbu nuo pat mažens formuoti neigiamą požiūrį į agresyvų, kitus žeidžiantį ar žeminantį elgesį ir įteigti, jog toks elgesys neturi ir negali tapti gyvenimo norma. Kai kuriose sporto šakose agresyvus elgesys yra toleruojamas, skatinamas ir už tai net apdovanojama, nors tai prieštarauja moralinėms ir socialinėms normoms bei nuostatoms. Pavyzdžiui, boksininkai ar ledo ritulininkai yra skatinami elgtis agresyviai, jei nori sutriuškinti priešininkus ir laimėti varžybas (Russell & Baenninger, 1996).

Nors mokslinėje literatūroje gana plačiai nagrinėjama sportuojančių asmenų agresyvaus elgesio problema (Šukys, 2003; Stephens, 2004), dvikovos atstovų tyrimai nėra gausūs. Kyla probleminis klausimas – kokioje amžiaus grupėje boksininkų agresijos raiška yra didesnė?

Tyrimo hipotezė – vyresni boksininkai yra agresyvesni.

Tyrimo tikslas – nustatyti boksininkų agresijos raišką amžiaus aspektu.

Tyrimo metodai

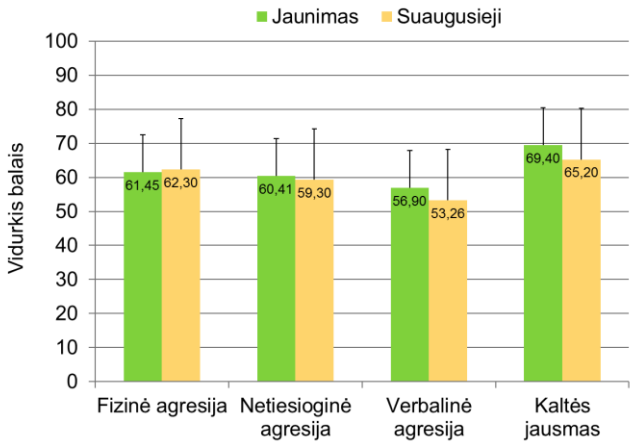
Tyrime taikyta anketinė apklausa (Buss ir Perry agresijos skalė) (Buss and Perry, 1992) ir statistinė analizė. Anketinei apklausai taikyta *Buss ir Perry agresijos skalė* (Buss & Perry, 1992). Šį klausimyną sudaro 29 teiginiai, jos vidinis patikimumas yra 0,89 (Buss & Perry, 1992). Klausimyno autoriai išskyrė tokias subskales: fizinė, verbalinė agresija, pyktis, priešiškumas. Kiekvienas klausimyno teiginys turėjo būti vertinamas Likerto skalėje nuo 1 (visiškai nebūdinga) iki 7 (labai būdinga), didesnis įvertis rodo labiau išreikštą agresyvumą.

Tyrimo duomenims apdoroti taikyta SPSS programos (*Statistical Package for the Social Science)* 19.0 versija. Atlikus pradinius skaičiavimus ir nustačius, kad daugumos darbe naudojamų skalių skirstiniai neatitinka normalių skirstinių reikalavimų, agresijos skalių palyginimai buvo atlikti naudojant neparametrinius kriterijus. Dviem nepriklausomoms imtims palyginti taikytas Mann ir Whitney U kriterijus. Rezultatų palyginimui taikytas *Stjudento* t kriterijus. Reikšmingumo lygmuo $p < 0,05$.

Tiriamąją imtį sudarė 48 Šilutės sporto mokyklos boksininkai (jaunimo ir suaugusiųjų amžiaus grupių atstovai), kurių vidutinis amžiaus $17,8 \pm 3,1$ metų, sportinis stažas – nuo 2 iki 8 metų. Tyrimas atliktas 2016 m. pavasarį. Visi tiriami sportininkai buvo supažindinti su tyrimo tikslu, anketos turiniu ir jos pildymo eiga. Buvo atsakoma į visus tiriamiesiems kylančius klausimus, susijusius su tyrimu. Tiriamiesiems buvo suteikta galimybė klausti bet kuriuo tyrimo proceso metu, taip pat buvo užtikrinamas pagarbus elgesys su tiriamaisiais.

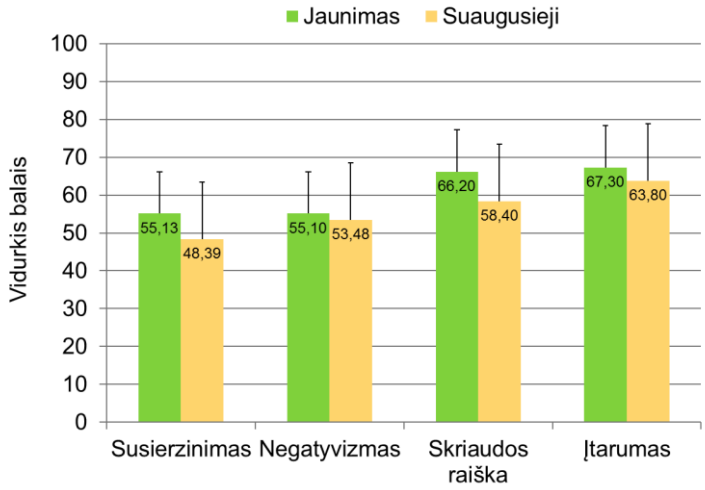
Rezultatai

Tyrimas atskleidė, kad skirtingo amžiaus (jaunimo ir suaugusiųjų) boksininkų fizinė, netiesioginė, verbalinė agresija ir kaltės jausmas reikšmingai nesiskiria (1 pav.). Nors ir nenustatyti statistiškai reikšmingi skirtumai, bet nežymiai didesnė yra verbalinės agresijos ir kaltės jausmo raiška nustatyta jaunesniems boksininkams.



1 pav. *Boksininkų agresijos raiška amžiaus aspektu (t = 1,97, p>0,05)*

Tyrimas atskleidė, kad skirtingo amžiaus boksininkų priešiškumas skiriasi statistiškai reikšmingai (2 pav.): didesnis priešiškumas nustatytas jaunimo amžiaus grupėje (p<0,05).



2 pav. *Boksininkų priešiškumo raiška amžiaus aspektu (t = 2,46, p<0,05)*

Apskaičiavus agresijos ir priešiškumo indeksus, nustatyta, kad jaunimo grupės boksininkų šie indeksai yra atitinkamai 62,04 ± 3,8 ir 61,18 ± 3,5 (1 lentelė). Suaugusiųjų agresijos indeksas yra beveik toks pat kaip jaunimo grupės boksininkų (60,02 ± 4,0), tačiau priešiškumo indeksas yra ženkliai mažesnis – 50,6 ± 3,3 (p<0,05).

1 lentelė. *Tiriamųjų agresijos ir priešiškumo indeksai*

Amžiaus grupė	**Agresijos indeksas**	**Priešiškumo indeksas**	**p reikšmė**
Jaunimas	62,04 ± 3,8	61,18 ± 3,5	>0,05
Suaugusieji	60,02 ± 4,0	50,6 ± 3,3	<0,05

Apibendrinant galima pastebėti, kad jaunimo grupės boksininkams būdinga didesnė agresijos

raiška, nei suaugusiųjų amžiaus grupės boksininkams.

Tyrimo rezultatų aptarimas

Tyrimo hipotezė – vyresni boksininkai yra agresyvesni – nepasitvirtino. Atlikto tyrimo duomenimis, jaunimo amžiaus grupės boksininkams būdinga didesnė agresijos raiška, nei suaugusiųjų grupės boksininkams.

D. E. Stephens (2004) teigimu, svarstant agresyvumo sportinėje veikloje ypatumus, būtina pabrėžti agresyvumą skatinančius veiksnius, susijusius su sportininko socialiniais įgūdžiais bei moraline branda. Jo nuomone, sportininkai, kurių socialiniai įgūdžiai yra nepakankami ir kurių moralinių sprendimų brandumas yra ribotas, linkę ne tik pateisinti agresyvius veiksmus, bet ir patys mėgsta panaudoti smurtą sportinės kovos metu.

Tiriant pradedančių sportuoti paauglių dorovinius socialinius įgūdžius nustatyta, jog dažniausiai jie renkasi tas sporto šakas, kur yra daugiau galimybių patirti skausmą, kur daugiau smurto, o dalis pradeda sportuoti būdami pasirengę smurtui (Vyšniauskytė-Rimkienė ir Kardelis, 2004).

M. Endresen ir D. Olweus (2005) remdamiesi atliktais tyrimais nustatė, jog paaugliai, turintys polinkį į agresiją, renkasi daugiau jėgos ir varžymosi reikalaujančias sporto šakas, o jėgos sportas (boksas, imtynės, sunkioji atletika, kovos menai ir kt.) siejasi su destruktyviu elgesiu ir už sporto salės ribų. Taigi, boksininkų agresijos tyrimus reikėtų praplėsti bei stebėti rezultatų dinamiką.

Dvikovos sporto šakose gali reikštis tokios agresijos formos kaip instrumentinė agresija, priešiškas ir nedraugiškas elgesys (Šukys, 2005). *Instrumentinės agresijos* motyvas yra tolesnio tikslo siekimas. Toks elgesys pasireiškia kaip iš anksto apgalvota ir parengta priemonė, sportinėje kovoje siekiant tam tikros strateginės naudos. Dvikovos sporto šakų atstovai, eidami kovoti su varžovu, dažniausiai būna apgalvoję savo techniką ir taktiką. Visų dvikovos sporto šakų atstovų rengimas paremtas techniniu ir taktiniu rengimu siekiant pergalės. Vadinasi, sportininkas sužeidžia ar atlieka kitą agresyvų veiksmą, siekdamas tam tikros naudos ar tiesiog norėdamas laimėti.

Tyrimo rezultatai patvirtina D. Nasvytienės ir J. Montvydaitės (2003) tyrimo rezultatus, kurie atskleidė kad jaunesni paaugliai agresyvesni už vyresnius paauglius bei jaunus suaugusiuosius.

Išvados

Skirtingo amžiaus boksininkų fizinės, verbalinės agresijos ir pykčio raiška reikšmingai nesiskiria. Didžiausia priešiškumo raiška yra jaunimo amžiaus grupėje.

Literatūros sąrašas

1. Buss, A. H.; Perry, M. P. (1992). The aggression questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, p. 452–459.

2. Dunn, C. J.; Dunn, J. G. H.; Bayduza, A. (2008). Perceived athletic competence, sociometric status, and loneliness in elementary school children. *Journal of Sport Behavior*, 30 (3), p. 249–269.
3. Endresen, I. M.; Olweus, D. (2005). Participation in power sports and antisocial involvement in preadolescent and adolescent boys. *Journal of Child Psychology Psychiatry*, 46 (5), p. 468–478.
4. Fields, S. K.; Collins, C., L.; Comstock, R. D. (2007). Conflict on the courts. A review of sports-related violence literature. *Trauma, Violence Abuse*, 8 (4), p. 359–369.
5. Gard, M.;, Meyen, R. (2000). Boys, bodies, pleasure and pain: Interrogating contact sports in schools. *Sport, Education & Society*, 5 (1), p. 19 – 35.
6. Russell, G. W.; Baenninger, R. (1996). Murder most foul: Predictors of an affirmative response to an outrageous question. *Aggressive Behavior*, 22, p. 175–181.
7. Stephens, D. E. (2004). Moral atmosphere and aggression in collegiate intramural sport. *International Sports Journal*, 5, p. 66–74.
8. Nasvytienė, D., Montvydaitė, J. (2003). 16–19 m. jaunuolių frustracijos ypatybės. *Pedagogika*, 68, p. 328–334.
9. Stephens, D. E. (2004). Moral atmosphere and aggression in collegiate intramural sport. *International Sports Journal*, 5, p. 66–74.
10. Šukys, S. (2003). Agresyvumą sportinėje veikloje lemiantys veiksniai. *Ugdymas. Kūno kultūra. Sportas*, 4 (49), p. 70–79.
11. Šukys, S. (2005). *Socialiniai, etiniai sporto aspektai.* Kaunas: LKKA.
12. Vyšniauskytė-Rimkienė, J., Kardelis, K. (2004). Paauglių socialinės kompetencijos raiška įvairaus sociometrinio statuso grupėse. *Pedagogik*a, 71, p. 85–90.

ORGANIZUOTO LAISVALAIKIO KOKYBĖS INDIKACIJOS

Kanapinskaitė Viktorija, Švagždienė Biruta, Jasinskas Edmundas

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Laisvalaikį galima suprasti kaip laisvą laiką, kuris skirtas patenkinti asmeninius poreikius, plėsti žinias, lavintis ar kitaip tobulėti. Priklausomai nuo pomėgių, poreikių ir kitų jo darančių įtaką pasirinkimo veiksniams, žmogus gali rinktis aktyvų arba pasyvų laisvalaikio praleidimo būdą. Sportą galima suprasti kaip vieną laisvalaikio praleidimo rūšių, kurios metu užsiimant aktyvia fizine veikla siekiama pailsėti nuo kasdienių darbų, pagerinti sveikatą ar kūno formas, varžytis ir išreikšti save. Rekreaciją galima suprasti kaip poilsį ir visą kitą su juo susijusią veiklą, kuri apima rekreacinių paslaugų ir infrastruktūros kūrimą bei jų funkcionavimą. Patį laisvalaikį galime interpretuoti kaip laiką, kurį žmogus leidžia po darbų, o rekreaciją ir sportą galime suprasti kaip veiklas, kuriomis žmogus užsiima laisvu nuo darbo laiku. Straipsnio tikslas: atskleisti organizuoto laisvalaikio kokybės indikacijas teoriniu aspektu. Objektas: organizuoto laisvalaikio kokybės. Uždaviniai: Apibūdinti laisvalaikio organizavimo priemonės sampratą teoriniu aspektu. Pristatyti organizuoto laisvalaikio kokybės sampratą. Temai atskleisti, taikyti šie metodai: Mokslinės literatūros analizė ir interpretacija.

Raktiniai žodžiai: laisvalaikis, laisvalaikis organizuota veikla, kokybė

Įvadas

Temos aktualumas ir naujumas. Šiuolaikiniame nuolat besikeičiančiame pasaulyje darniai visuomeninei raidai būtinas ne tik ekonominis, socialinis, bet ir kultūrinis veiklumas bei aktyvumas. Vertindami šiuolaikinę aplinką kurioje gyvename pastebime, kad visi nuolatos skubame ir lekiame, stebime kaip kuriamos naujausios technologijos ir stengiamės prie jų kuo greičiau prisitaikyti, daug dirbame ir neretai pamirštame kitus savo poreikius. Laisvalaikis yra viena iš svarbiausių žmogaus egzistavimo sąlygų, kuri yra įtvirtinta Lietuvos konstitucinėje teisėje ir kurioje nurodoma, jog kiekvienam žmogui yra laiduojama teisė į poilsį ir laisvalaikį (LR Konstitucija, 49 str.). Rekreacija – tai psichinių bei sveikatos jėgų atstatymas pasireiškiantis per žmogaus ir aplinkos sąveikos procesus. Kiekvieno žmogaus asmeninių vertybių visuma ir kiti veiksniai nulemia jų laisvalaikio praleidimo būdus. Anot G. Gerikaitės ir kt. (2014) Lietuvoje trūksta mokslinės literatūros laisvalaikio vadybos klausimais. Norint spręsti laisvalaikio kokybės socialinėje sistemoje problemas, šiandien ypač stokojama kvalifikuotų žinių ir tyrimų.

Mokslinė problema. Nuolat vykstant esminiams pokyčiams visuomenėje vis labiau jaučiamas organizuoto laisvalaikio paslaugų poreikis, tačiau ne visuomet gyventojai gali jį patenkinti. Didžiuosiuose miestuose ar specialiai į laisvalaikį orientuotuose šalies rajonuose sporto ar rekreacinių paslaugų spektras yra itin gausus ir gyventojų poreikiai pilnai patenkinti. Atsižvelgiant į tai kyla klausimas *kokie yra indikatoriai atskleidžiant organizuoto laisvalaikio kokybės dimensijas?* **Straipsnio tikslas**: atskleisti organizuoto laisvalaikio kokybės indikacijas teoriniu aspektu. **Objektas**: organizuoto laisvalaikio kokybės. Uždaviniai: Apibūdinti laisvalaikio organizavimo priemonės sampratą teoriniu aspektu. Pristatyti organizuoto laisvalaikio kokybės sampratą. Temai atskleisti, taikyti šie **metodai**: Mokslinės literatūros analizė ir interpretacija.

Laisvalaikio organizavimo sampratos teorinis aspektas

XXI a. laisvalaikis tampa tautų tarpusavio bendradarbiavimo forma. Keičiasi laisvalaikio trukmė ir struktūra. Visuomenės laisvalaikio dalimi tampa televizija, vėliau atsiranda kompiuteriai. Be abejo, įvairiuose šalyse išlieka populiarios turinčios vietines tradicijas laisvalaikio formos.

Anot A. Dzervan (2008) sociokultūrinių institucijų laisvalaikio organizatoriams labai svarbu žinoti laisvalaikio istorinę raidą, sugebėti naudotis jos pasiekimais, puoselėti ir kurti originalias tradicijas, siekti kultūrinio atvirumo ir bendravimo, neužmirštant savitumo išsaugojimo (Blaževičius, 2006: 18-21).

Pasak V. Sirutavičiaus (1999), laisvalaikis Lietuvoje pradėtas organizuoti dar XIX amžiuje. Šiuo laikotarpiu buvo kardinaliai keičiamas požiūris į tradicines laisvalaikio praleidimo formas. Analizuojant laisvalaikio sampratą XIX a., pastebėta, kad visuomenei pradėjo rūpėti tai, kaip būtų galima visapusiškai išnaudoti savo laiką - pradėta rūpintis vidine ramybe ir tobulėjimu, ieškoti savirealizacijos bei savišvietos

būdų ir t.t. Buvo siekiama kuo prasmingiau išnaudoti laisvalaikį, tam kūrėsi laisvalaikio praleidimo būdus organizuojančios organizacijos (kurias kurdavo ir patys Vilniaus studentai). Kaip pagrindines laisvalaikio praleidimo formas galima paminėti:

- Sodininkystę (kuri buvo viena iš labiausiai vertinamų laisvalaikio praleidimo būdų XIX a. pradžioje);
- Liaudiškus pasilinksminimus (kuriuos buvo siekiama paversti kuo naudingesniais visuomenei);
- Kultūrinio – šviečiamojo tipo draugijas (kurios buvo suinteresuotos suteikti visuomenei švietimo, tobulinimosi galimybes. Taip pat buvo ugdomas tautiškumas, pamirštant lyties, luominius ir religinius skirtumus).

Laisvalaikio samprata visais laikais kinta ir yra suvokiama vis kitaip. Pasak A. Savickos (2006), įsitikinimas, kad laisvalaikis yra viena iš darbo atšakų, palaipsniui kito. Galiausiai laisvalaikis buvo traktuojamas kaip prasmingesnis laisvo laiko praleidimo būdas; pripažinti savarankiški laisvalaikio praleidimo būdai, nepriklausomai nuo asmens dirbamo darbo ar kitokio socialinio ar kultūrinio konteksto (pvz.: amžiaus, lyties ar kt.). Žinoma negalima paneigti laisvalaikio sąsajos su darbu, šeima ir draugas, tačiau svarbu atkreipti dėmesį ir į individualius asmens laisvalaikio praleidimo pomėgius.

Įdomu tai, kad laisvalaikio reikšmė žmonių gyvenime įgauna vis didesnę reikšmę. Pasak A. A. Mitriko (2005), laisvalaikis, kaip vienas iš svarbiausių gyvenimo vertybių šių dienų pasaulyje, įvairiose šalyse yra vertinamas skirtingai. Apklausus įvairių šalių respondentus nustatyta, kad labiausiai laisvalaikis yra vertinamas Venesueloje (66%), Švedijoje bei Čilėje (54%), Puerto Rike (53%), Olandijoje bei Nigerijoje (52%), Meksikoje (51%), o mažiausiai – Pakistane (5%), Kinijoje bei Vietname (7%), Egipte (11%), Tanzanijoje (12%), Albanijoje (14%), Filipinuose bei Lietuvoje (15%).

Analizuojant laisvalaikio sąvoką įvairiuose literatūros šaltiniuose pastebimas glaudus laisvalaikio ir darbo ryšys. Kaip teigiama Lietuvos konstitucinėje teisėje: „Kiekvienas dirbantis žmogus turi teisę turėti poilsį ir laisvalaikį“ (Lietuvos Respublikos konstitucija, 1992. 49 str. 4 sk.). Dabartinės Lietuvių kalbos žodyne (1972) laisvalaikio sąvoka yra apibrėžiama labai panašiai - kaip laisvas laikas, prie kurio darbas yra nepriskirtinas. Anglų kalos žodyne (Longman Dictionary of Contemporary English) laisvalaikis (*angl. Leisure*) taip pat yra traktuojamas panašiai – tai laisvas laikas, kuomet žmogus nedirba ar neturi kitokių įsipareigojimų (pvz.: studijavimo). Kraus R., ir kt. (2001) laisvalaikį apibrėžia kaip laisvą laiką, prie kurio nepriskiriamas darbas bei kita veikla, susijusi su darbu, šeima ar kitomis pareigomis. Remiantis Mannell R. ir Kleiber D. (1997), laisvalaikis yra traktuojamas panašiai - kaip laisvo laiko leidimas savo nuožiūra, į kurį neįeina laikas, skirtas kasdieniniams neišvengiamiems darbams atlikti, tokiems kaip:

- Darbas (už kurį yra gaunamas atlyginimas);
- Tvarkymasis namuose;

- Rūpinimasis kitais asmenimis;
- Popamokinė veikla;
- Mokinimasis;
- Asmeninė priežiūra ir kt.

Iš to galima daryti išvadą, kad laisvalaikis yra neatsiejama nuo darbo dalis. Kaip aiškina A. Savicka (2006), darbo ir laisvalaikio santykis yra neatsiejamas vienas nuo kito, kadangi laisvalaikis yra viena iš darbo atšakų. Šios dvi žmogaus gyvenimo sritys – darbas ir laisvalaikis – yra traktuojamos kaip dvi skirtingos veiklos, kuomet darbas, remiantis Thomas S. (1991), yra traktuojamas kaip žmogaus pastangos (fizinės ir protinės), daromos už tam tikrą mokestį – atlyginimą.

Analizuojant laisvalaikio sąvoką pastebima, kad dauguma autorių laisvalaikį apibrėžia kaip laisvai pasirenkamą bei malonumą teikiančia veikla. Laisvalaikis – tai laisvas laikas (neskaitant darbo), kurį žmogus gali praleisti savo poreikiams (pvz.: meninei veiklai) tenkinti. Neulinger (1974) laisvalaikį traktuoja kaip laisvą laiką, kurio praleidimo būdus asmuo pasirenka remdamasis asmeniniais norais ir savimotyvacija. Remiantis Mieczkowski Z. (1990), laisvalaikį taip pat supranta kaip laiką (neskaitant darbo bei kitų pareigų – mokslo, studijų ir kt.), kurį kiekvienas žmogus praleidžia laisvai pasirinkdamas ką veikti. Laisvalaikio praleidimo būdas turėtų būti pasirenkamas savavališkai, nejaučiant jokio spaudimo. Pabrėžtina, kad kartais laikas, praleistas būtinosioms reikmėms (pvz.: valgymui) tenkinti, gali būti laikomas ir laisvalaikiu, ir tam tikrais įsipareigojimais. Pavyzdžiui darbas sode gali būti traktuojamas kaip darbas (dirbant kitam asmeniui) ar kaip laisvalaikio praleidimo būdas (dirbant savo malonumui).

A.Dzervan (2008) interpretuodama Paulavičiūtę A. teigia, kad laisvalaikis, kaip vienas iš reikšmingiausių asmenybės vystymosi faktorių, visiškai gali realizuotis kūryboje. Neracionaliai organizuojant laisvalaikį, paauglys gali pasiduoti įvairioms asocialioms tendencijoms, nutolti nuo kultūros arba pasiduoti į gerą nevedančioms pagundoms. Laisvalaikio racionalaus panaudojimo kriterijus – socialinė atsakomybė. Kuo atsakingiau asmuo panaudoja laisvalaikį, tuo kryptingiau jis bręsta kaip asmenybė.

Organizuoto laisvalaikio kokybės interpretacija

Nesugebėjimas racionaliai naudoti savo laisvą laiką, nepilnavertis gyvenimas – daugelio socialinių problemų (alkoholizmo, narkomanijos, nusikaltimų ir savižudybių) priežastis. Pastaruoju metu atsirado naujų, keliančių problemų laisvalaikio formų, susijusių su didele psichine įtampa, ir todėl negali būti laikomos kokybišku laisvalaikiu (pvz., kompiuteriniai žaidimai, televizijos žiūrėjimas ir pan.) (Gerikaitės, ir kt. (2014).

Pasak J. R. Šinkūnienės (2005) organizuoto laisvalaikio specifiką sudaro daugybė darbų ir užduočių – veiklos planavimas, konkretaus atvejo poveikio plano sudarymas, jo įgyvendinimo kontrolė

ir poveikio vertinimas, įvairių kultūrinių renginių organizavimas ir kt. Socialinės globos įstaigose laisvalaikio praleidimo specifiką lemia keletas veiksnių: 1) socialinės grupės statusas ir amžius (vaikų globos namai, neįgaliųjų internatinė mokykla, senelių pensionas); 2) globos įstaigos gyventojų individualūs poreikiai, pomėgiai bei gebėjimai; 3) socialinių darbuotojų kompetencija organizuojant laisvalaikį; 4) institucijos vieta (miestas, rajonas, kaimas); 5) įstaigos finansinė situacija.

A.Garjonytės (2014) teigia, kad tyrinėtojai nurodo, jog laisvalaikis susideda iš trijų esminių rodiklių: apimties, struktūros ir turinio. ***Apimtis***. Apimtis skaičiuojama valandomis, kurios lieka nuo darbo ir susijusio su juo laiko, buitinių ir ūkinių darbų, pareigų bei fiziologinių poreikių patenkinimo. Gerokai skiriasi miesto ir kaimo gyventojų laisvalaikio apimtis, ypač tam tikrais laikotarpiais. 12 Miestiečiai vasaros metu paprastai atostogauja, o kaimo žmonėms – tai pats darbymetis. Sezoniškumas gerokai riboja laisvalaikio apimtį. ***Struktūros***. Laisvalaikio struktūra apibūdinama tomis veiklos rūšimis, kurios dažniausiai pasitaiko laisvalaikiu. ***Turinys***. Socialinis kokybinis laisvalaikio vertingumo rodiklis yra jo turinys. Tai nulemta ne tik socialinės aplinkos, bet ir žmogaus socialinių demografinių rodiklių ir dėl to atsirandančių individualių poreikių, kultūros lygio ir pan.

J. R. Šinkūnienės (2005) mano, kad didžiausia problema ta, kad Lietuvoje nėra nei mokslinės, nei populiariosios literatūros rekreacijos, laisvalaikio vadybos klausimais. Norintieji spręsti laisvalaikio kokybės socialinėje sistemoje problemas šiandien ypač stokoja kvalifikuotų žinių ir tyrimų. Šalyse, turinčiose rekreacijos srityje ilgametį įdirbį, vyksta laisvalaikio tyrimų simpoziumai, konferencijos, kuriuose nagrinėjamos įvairios aktualios temos: laisvalaikio etika, jaunimo darbo, kultūros, laisvalaikio ir turizmo socialinės intervencijos teorijos, darbo, laisvalaikio ir socialinių pokyčių ryšys.

J. R. Šinkūnienė (2005) įvardija, kad pagrindine priežastimi, nulemiančia laisvalaikio kokybę, laikomas teorinių ir dalykinių žinių trūkumas. Kita svarbi problema – nepakankama kultūrinių renginių organizavimo patirtis ir metodinių žinių trūkumas. Priežastys, ribojančios organizacinę veiklą, – komandinio darbo, kolegų palaikymo, praktinio pasirengimo įgūdžių stoka. Informacinių technologijų išmokimas pasirodė nesąs labai svarbus. Sugebėjimas tinkamai ir kūrybiškai derinti žinias, vertybes ir įgūdžius yra svarbus socialinio darbuotojo kaip laisvalaikio organizatoriaus, bruožas. Analizuojant socialinių darbuotojų nuomonę apie svarbias kompetencijas organizuojant laisvalaikio veiklą, iš respondentų pateiktų duomenų galima matyti svarbiausių gebėjimų ir kompetencijų procentinį pasiskirstymą

Išvados

1. Išanalizavus mokslinę bei metodinę literatūrą laisvalaikio suvokimo ir interpretavimo aspektu pastebėta, kad laisvalaikis pateikiamas pakankamai aiškiai, šaltiniuose aprašyta laisvalaikio svarba. Tai galima suprasti, kad tai liečia žmonių būties esmę ir laisvalaikis yra laisvas nuo

būtinų užsiėmimų laikas, skirtas asmeniniams poreikiams tenkinti, taip pat plėsti žinias, lavintis ir dvasiškai tobulėti.

2. Vieną iš esminių problemų, kuri įžvelgta yra ta, kad Lietuvoje neaptikta nei mokslinės, nei populiariosios literatūros ar žurnalų laisvalaikio valdymo ir vadybos klausimais, kas galėtų koncentruoti mintis į laisvalaikio organizavimo kokybės vertinimą. Norintieji spręsti organizuoto laisvalaikio kokybės vertinimo problemas šiandien pasigenda kvalifikuotų žinių ir tyrimų.
3. Apibendrinant galima teigti, norint dabartinėmis sąlygomis socialines ir ekonomines laisvalaikio organizavimo problemas galima spręsti:
    - kuriant socialinius kultūrinius projektus;
    - vertinant meninės krypties socialinių projektų veiklą, kuri ekonominiu požiūriu yra veiksminga ne tik integraciniu požiūriu, bet ir daro įtaką užimtumui, verslui ir plačiąja prasme - kultūriniam gyvenimui.

Literatūros sąrašas

1. Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas (1972). Vilnius: Leidykla Mintis.
2. Dzervan, A. (2008). Miesto mikrorajono sociokultūrinių institucijų teikiamų laisvalaikio paslaugų paaugliams efektyvumo tyrimas. *Magistrinis darbas*. Vilniaus pedagoginis universitetas.
3. Garjonytė, A. (2014). Veiksniai, turintys įtakos 9–12 m. vaikų laisvalaikio praleidimo būdams. *Magistrinis darbas*. Lietuvos sveikatos mokslų universitetas
4. Gerikaitė, G.; Manukian, D.; Vaitiekienė, N. (2014). Laisvalaikio organizavimo specialistų poreikis socialinių paslaugų bei sveikatos priežiūros institucijose. *Profesinės studijos: teorija ir praktika,* 14, p.140-147.
5. Kraus, R.; Barber, E.; Shapiro, I. (2001). Introduction to Leisure Services: Career Perspectives. Prieiga per internetą: http://www.sagamorepub.com/files/lookinside/189/pages-intro-leis-serv.pdf
6. Lietuvos Respublikos konstitucija (1992). 49 str. 4 sk. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija.htm
7. Mitrikas, A. A. (2005). Svarbiausios gyvenimo vertybės šių dienų pasaulyje. *Filosofija. Sociologija*, 2, p. 40-45.
8. Mok, C.; Sparks, B.; Kadampully, J.. (2013). Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure *Management Extra* Routledge
9. Neulinger, J. (1974). The Psychology of Leisure: Research Approaches to the Study of Leisure, Springfield, Illinois: C. C. Thomas.
10. Savicka, A. (2006). Darbas ir laisvalaikis: naujos jų tarpusavio ryšio sampratos paieškos. *Culturology (Kultūrologija*), 13.
11. Sirutavičius, V. (1999). Laisvalaikis XIX a. Lietuvos kultūroje. *Lituanistika*, p..225-234.
12. Šimkus, A.; Mikalauskas, R.; Alekrinskis, A.; Bulotienė, D. (2015). Rekreacinių paslaugų kokybės vertinimas: regioninio parko atvejis. Regional Formation and Development Studies, 2 (16), p. 89-103.
13. Šinkūnienė, J. R. (2005). Laisvalaikio studijos ir rekreacijos administravimas. *Socialinis darbas*, 4 (1), p.122–130.
14. Thomas, S. (1991). Ekonomikos teorija. Vilnius: Leidykla Mintis.

15. Wang, W.; Wu, C.; Wu, Ch.; Huan, I. (2012). Exploring th erelationships betweeen free-time management and boredom in leisure. Prieiga per internetą: http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=33&sid=b97b00a3-bb1d-48f8-b72e-7a119f5d55e8%40sessionmgr4&hid=21

SPORTO KOMANDŲ KOMUNIKACIJA SU GERBĖJAIS SOCIALINIUOSE TINKLUOSE

Katasanovas Vytautas

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Tema yra aktuali, nes populiarėjant socialiniams tinklams, sporto komandoms aktualios žinios, kaip galima bendrauti su gerbėjais socialiniuose tinkluose. Nors socialiniai tinklai yra plačiai naudojamas komandų įrankis bendraujant su gerėjais, didinant jų lojalumą, tačiau problema, kaip komandos bendrauja su gerbėjais socialiniuose tinkluose Lietuvoje nėra plačiai nagrinėta. Aktualu tirti, kaip Lietuvos sporto komandos bendrauja su gerbėjais socialiniuose tinkluose. Tyrimo problema - kokie yra sporto komandų komunikacijos su gerbėjais socialiniuose tinkluose ypatumai. Tyrimo tikslas - atskleisti sporto komandų komunikacijos su gerbėjais socialiniuose tinkluose ypatumus teorinėje bei praktinėje plotmėje. Tyrimo metodas – turinio analizė. Analizuotas trijų Lietuvos krepšinio komandų (BC „Žalgiris Kaunas“, BC „Lietuvos rytas“, BC „Utenos Juventus“) bendravimas su gerbėjais Facebook socialine tinkle 2017 m. sausio 1 d. – balandžio 7 d. Tyrimo rezultatai rodo, jog pagal grįžtamąjį ryšį iš gerbėjų dominuoja BC Žalgiris, turinčio daugiausia gerbėjų Facebook, įrašai. Dominuojantis visų komandų įrašų turinys – įrašai apie įvykusias varžybas, daugiau gerbėjų turinčios komandos renkasi sudėtingesnės formos įrašus: keli vaizdai ir tekstas, video ir tekstas. Padarytos išvados, jog tirtos krepšinio komandos Facebook socialiniame tinkle vykdo aktyvią komunikaciją (21-29 įrašai per savaitę). Skiriasi bendravimo su gerbėjais forma ir turinys. Didelė dalis gerbėjų yra pasyvūs, tik maža dalis yra aktyvūs komandų Facebook tinklapiuose, t.y. „pamėgsta“ turinį ir juo dalijasi.

Raktiniai žodžiai: sporto komanda; socialinis tinklas; gerbėjai; komunikavimas; Facebook.

Įvadas

Temos aktualumas. Informacinių technologijų (IT) tobulėjimas ir plėtra, kompiuterinių komunikacijos sistemų naudojimas lemia, jog tiek viešojo, tiek privataus sektoriaus subjektai su savo tikslinėmis auditorijomis bendrauja ir internete, naudoja internetą kaip komunikacijos su tiksline auditorija kanalą. Ne išimtis ir sporto organizacijos. Sporto industrija yra labai reikšminga šiandieniniame pasaulyje (O'Cass & Carlson, 2010), o efektyvus bendravimas su tiksline auditorija komandoms yra labai svarbus. Internetas sporto marketingo specialistams siūlo neišsemiamas galimybes bendrauti su gerbėjais, neabejotinai socialiniai tinklai yra vienas svarbiausių elementų šiame kontekste (Stein, 2012). Praktikoje pastebima, jog sporto marketingo veiklą vykdantys asmenys, taip pat ir komandų marketingo specialistai

naudoja socialinius tinklus ryšių su gerbėjais palaikymui tinkle (Agrawal, Gupta & Yousaf, 2016). Tad šiandien sporto komandoms aktualios žinios, kaip galima bendrauti su gerbėjais socialiniuose tinkluose.

Tyrimo problema. Nors socialiniai tinklai yra plačiai naudojamas komandų įrankis bendraujant su gerėjais, didinant jų lojalumą, tačiau problema, kaip komandos bendrauja su gerbėjais socialiniuose tinkluose, Lietuvoje nėra plačiai nagrinėta. Užsienyje stebima tendencija, jog per pastaruosius penkerius metus tyrimų apie sporto komandų komunikaciją su gerbėjais skaičius išaugo (Naraine & Parent, 2016). Užsienio mokslininkai yra paskelbę nemažai publikacijų šia tema (Agrawal, et al., 2016; O'Cass & Carlson, 2010, Norris, Wann, & Zapalac, 2015; Clavio & Walsh, 2013; Sanderson, 2013; Watkins, 2014) ir šiose publikacijos atskleidė socialinių tinklų sampratą ir privalumus sporto komandoms bendraujant su gerbėjais, kai kurias sėkmingos sporto komandų komunikacijos su gerbėjais prielaidas. Šių klausimų nagrinėjimas aktualus, nes leidžia suvokti, kokie yra sporto komandų komunikacijos su gerbėjais socialiniuose tinkluose ypatumai. Aktualu yra ir tirti, kaip Lietuvos sporto komandos bendrauja su gerbėjais socialiniuose tinkluose.

Tyrimo tikslas - atskleisti sporto komandų komunikacijos su gerbėjais socialiniuose tinkluose ypatumus teorinėje bei praktinėje plotmėje.

Tyrimo uždaviniai: 1) Išnagrinėti komunikacijos su sporto klubo gerbėjais socialiniuose tinkluose teorinius aspektus; 2) Išanalizuoti Lietuvos krepšinio komandų komunikacijos su gerbėjais Facebook socialiniame tinkle bruožus.

Socialinio tinklo samprata ir panaudojimas bendravimui su sporto komandos gerbėjais.

Interneto socialiniai tinklai pasiūlė naują būdą kaip komandoms bendrauti su gerbėjais- nepertraukiamai, interaktyviai, gerbėjams suteikiant galimybę pasinerti į aktualių, naujausių žinių apie komandą srautą (Stein, 2012). Socialinė medija yra apibrėžiama kaip ,,veiksmai, praktikos ir elgsena žmonių bendruomenėse, kurie susirenka interneto tinkle siekdami dalintis informacija, žiniomis, nuomone palaikydami pokalbius tarpusavyje (Safko & Brake, 2009, p. 6). Socialiniai tinklai – tai įrankis, kuris leidžia plačiai paskleisti didelį kiekį tikslingai atrinktos informacijos bei valdyti informacijos srautą (Watkins, 2014). Sporto komandų bendravimas su gerbėjais, pagrindine tiksline auditorija, yra aiškinamas *srauto teorija* (angl. *flow theory*). Jos esmė – vartotojo įsitraukimas į veiklas, kurios neprieinamos kasdieninėje asmens aplinkoje. Interneto priemonės, socialiniai tinklai leidžia vartotojui virtualiai dalyvauti renginiuose, veikloje, kuri kasdieniame gyvenime nėra prieinama, pavyzdžiui, stebėti komandos treniruočių vaizdus, bendrauti su mėgstamos sporto komandos nariais (O'Cass & Carlson, 2010), ir kt. Tokiu būdu yra užtikrinami informacijos mainai tarp komandos ir gerbėjo, kurie yra tarsi klijai, suklijuojantys ryšį tarp šių dviejų subjektų (O'Cass & Carlson, 2010, p. 117).

Bendravimui socialiniame tinkle analizuoti taip pat taikoma *ego tinklo teorija* (angl. *ego network*), kuri aiškina, jog bendravimas socialiniame tinkle grindžiamas aktyvių subjektų tinklo susiformavimu. Tinklo centre yra tam tikras aktyvus subjektas (ego), kuris skelbia informaciją apie save, arba informaciją, kuri atspindi jo nuomonę, požiūrį, o kiti aktyvus tinklo nariai, šio ego sekėjai, vykdo tam tikrą grįžtamąją komunikaciją (pavyzdžiui, spaudžia „patinka“ arba dalinasi turiniu) (Naraine & Parent, 2016). Be to, socialiniai tinklai, tokie kaip Facebook, suteikia galimybę ir tiesiogiai bendrauti su gerbėjais – rašyti privačias žinutes, įtraukti gerbėjus į tam tikrus žaidimus, loterijas ir t.t.

Sporto komandos gerbėjų identifikavimąsi su komanda kaip komandos komercinės sėkmės prielaidą akcentuoja daug mokslininkų (Norris, et al., 2015; Clavio & Walsh, 2013; Watkins, 2014). Mokslinėje literatūroje sporto komandų komunikacija su gerbėjais socialiniuose tinkluose aiškinama iš *integruoto marketingo komunikacijos teorijos* pozicijų, traktuojant socialinius tinklus kaip palankią aplinką palaikyti tęstinius ryšius su gerbėjais ir stiprinti gerbėjų identifikavimąsi su komanda, stiprinti jų lojalumą (Watkins, 2014). Identifikavimasis atsiranda, kai gerbėjai aptinka tam tikras savybes, vertybes, pažiūras, kurias jie dalijasi su savo mėgstama sporto komanda, arba atskirais žaidėjais (Sanderson, 2013). Socialiniai tinklai yra ir *santykių marketingo* (angl. *relationship marketing*) įrankis, leidžiantis pasiekti pagrindinio santykių marketingo tikslo – sukurti ilgalaikius pelningus santykius su vartotojais (Proschinske, et al., 2012). Socialiniai tinklai naudojami įgyvendinant prekės ženklo ir marketingo strategijas, nes leidžia: 1) tiesiogiai bendrauti su vartotojais; 2) gauti grįžtamąjį ryšį iš vartotojų; 3) vartotojams kalbėti tarpusavyje apie prekės ženklą (Mangold & Faulds, 2009). Taigi sporto komandos įsitraukimas į komunikaciją su gerbėjais socialiniuose tinkluose leidžia sustiprinti ryšius tarp gerbėjų ir sporto komandos prekės ženklo (Watkins, 2014). Faktiškai socialiniai tinklai leidžia sukurti sporto komandos bendruomenę, apimančią ne tik komandos darbuotojus ir narius, bet ir visame pasaulyje išsibarsčiusius jos gerbėjus (Sanderson, 2013).

Svarbus socialinių tinklų ypatumas yra tas, jog ryšiai su gerbėjais užmezgami nepaprastai lengvai ir greitai, tokios galimybės nesuteikia bendravimo realiame, t.y. ne virtualiame gyvenime, alternatyvos. Facebook „draugystės“ statusas automatiškai sukuria abipusį ryšį tarp dviejų Facebook asmenybių (Proschinske, et al., 2012). Twitter sekėjo statusas leidžia sekti informaciją, bet nebūtinai sukuria grįžtamąjį ryšį. Tad kiekvienas socialinis tinklas turi savo ypatumus, kaip bendraujama su socialinio tinklo nariais (Naraine & Parent, 2016).

Pastebima, jog socialiniuose tinkluose sporto komandos konkuruoja viena su kita sekėjų bei informaciją skaitančiųjų skaičiumi. Sekėjų skaičius – akivaizdžiausias rodiklis, nes šis rodiklis matomas visiems (Chartier, Langville & Trask, 2013). Globaliai vertinant, komandos, kurios 2016 m. vykdė sėkmingiausią komunikaciją su gerbėjais socialiniuose tinkluose (Facebook, Instagram, Twitter), yra šios: 1. „FC Barselona“ (145 mln. sekėjų, 1,45 mlrd. interakcijų; 25.3 mln. JAV dol. žiniasklaidos vertė); 2.,

„Real Madrid“ (141 mln. sekėjų, 601 mln. interakcijų; 17,2 mln. JAV dol. žiniasklaidos vertė); 3. „Manchester United“ (88,4 mln. sekėjų, 522 mln. interakcijų; 9,2 mln. JAV dol. žiniasklaidos vertė); 5. „Arsenal“ (50,6 mln. sekėjų, 1239 mln. interakcijų; 9,2 mln. JAV dol. žiniasklaidos vertė); 5. „Chelsea“ (59,5 mln. sekėjų, 181 mln. interakcijų; 6,1 mln. JAV dol. žiniasklaidos vertė). „FC Barcelona“ žvaigždės Messi ir Neymar yra du iš trijų populiariausių atletų socialinėje medijoje pasaulyje (Badenhausen, 2016). Šie duomenys rodo, jog socialiniai tinklai leidžia pasiekti itin didelę auditoriją.

Sporto komandų komunikacijos su gerbėjais socialiniuose tinkluose privalumai

Socialiniuose tinkluose vykstanti komunikacija su vartotojais turi tą privalumą, jog socialiniai tinklai sukuria galimybes vartotojams kurti didelius informacijos srautus ir sulaukti grįžtamojo ryšio iš jų (O'Cass & Carlson, 2010), bendravimas su vartotojais vyksta realiuoju laiku (Naraine & Parent, 2016), užtikrinamas bendravimo interaktyvumas (Sanderson, 2013). Tai lemia įdomų bendravimo turinį pačiam gerbėjui, leidžia išlaikyti pozityvų ryšį su komanda (Proschinske, Groza & Walker, 2012), jaustis komandos bendruomenės dalimi (Watkins, 2014), identifikuotis su mėgstama sporto komanda, kas sporto gerbėjams yra itin svarbu, nes, kaip rodo ankstesni tyrimai (Sanderson, 2013), sporto gerbėjų identifikavimasis su mėgstama sporto komanda ar žaidėjais koreliuoja su jų saviverte bei socialiniu identitetu. Sporto gerbėjai kalbėdami apie komandos ar atleto pasiekimus neretai vartoja sąvoką „mes“, tai rodo, jog jie jaučiasi vykstančio sporto proceso dalimi, įsijungia į rugtyniškumą tarp atskirų komandų (Patridge, Wann & Elison, 2010).

Bendravimas su tiksline auditorija turi naudos ir komandai. Sporto komandoms efektyvi ir tęstinė komunikacija su gerbėjais yra labai svarbi, nes komandos ekonominė būklė priklauso nuo bilietų pardavimo, televizijos transliuočių, komandos atributikos pardavimų. Siekiant pagerinti ekonominius rezultatus, sustiprinti komandos prekinį ženklą, reikia užtikrinti vartotojų, t.y. gerbėjų, įtraukimą (Watkins, 2014). Sporto komandų gerbėjai yra tie asmenys, kurie išleidžia dideles sumas bilietams, atributikai, kelionėms į tarptautinius turnyrus kur lošia mėgstamos komandos (Norris, Wann, & Zapalac, 2015). Socialiniai tinklai leidžia sukurti gerbėjų reikšmingas asociacijas su komanda, dalintis bendromis vertybėmis, įtraukti gerbėjus į komandos gyvenimą (Sanderson, 2013). Yra tyrimų, kurie rodo, jog bendravimas su gerbėjais socialiniuose tinkluose didina jų pasitenkinimą tuo, kaip vyksta komunikacija su komanda, tuo, kokią informaciją apie komandą ir kaip greitai gauna vartotojas (Mangold & Faulds, 2009), bei sukuria teigiamas emocijas komandos atžvilgiu lygį (Naraine & Parent, 2016), stiprina lojalumą komandai (Clavio & Walsh, 2013). Gerbėjas, dalyvaudamas socialiniame tinkle komandos gyvenime, kartu platina informaciją apie komandą (O'Cass & Carlson, 2010). Galima pateikti pavyzdį, jog Facebook tinkle naudodamasis „patinka“ funkcija gerbėjas paskleidžia informaciją savo socialinio tinklo rato nariams.

Sėkmingos komunikacijos su sporto komandos gerbėjais socialiniuose tinkluose prielaidos.

Siekiant efektyvios komunikacijos su vartotojais socialiniuose tinkluose, svarbūs šie komunikacijos bruožai: autentiškumas (skelbiama specifinė tai sporto komandai informacija); atskleidimas (komanda yra atvira gerbėjams, skelbiama vidinė komandos informacija), įsitraukimas (vartotojai yra įtraukiami į diskusijas), informavimas (skelbiama informacija, kuri praturtina gerbėjo žinias, suteikia konkrečios naudos, pavyzdžiui, informuojama apie rungtynių datas ir t.t.) (Proschinske, et al., 2012). Sporto organizacijos, komandos, internete skleidžia labai daug įvairios informacijos: rengia rungtynių, treniruočių ir kitų įvykių transliacijas gyvuoju laiku, reportažus apie praeitus įvykius, skleidžia įvairius lygio informaciją, asmeninį turinį, parduoda prekes (pavyzdžiui, komandos atributiką) ir paslaugas (pvz. bilietus į rungtynes) (O'Cass & Carlson, 2010). Svarbiausi kanalai tokiai informacijai yra socialiniai kanalai Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, taip pat tinklaraščiai, forumai (Stein, 2012).

Ankstesni tyrimai leidžia vertinti, kokio pobūdžio komunikacija su gerbėjais sulaukia didžiausio jų dėmesio ir populiarumo. Tam, kad komunikacija su gerbėjais socialiniame tinkle būtų sėkminga, kiekvienu įrašu turi būti pasakojama tam tikra istorija (Clavio & Walsh, 2013). Taigi kiekvienas įrašas turi nešti tam tikrą žinutę gerbėjams, kuri jiems būtų įdomi, patraukli savo turiniu bei mintimi (Stein, 2012). Agrawal et al. (2016) atlikto sporto komandų bendravimo su gerbėjais socialiniame tinkle Facebook tyrimo rezultatai rodo, jog didžiausio dėmesio sulaukia įrašai su vienu vaizdu (nuotrauka arba video). Vaizdinė medžiaga padidina gerbėjų „patinka“ skaičių lyginant su tekstiniu įrašu be vaizdinės medžiagos (Sanderson, 2013). Siekiant sėkmingos komunikacijos, svarbi kuo paprastesnė žinutė, tačiau turinti tam tikrą turinį (juokingą, dramatišką ir pan.), dažniausiai pateikiama nuotaikinga informacija, nes žmonės socialiniuose tinkluose lankosi norėdami pozityvių emocijų (Proschinske, et al., 2012). Paprastumas ir komunikacijos dažnis – esminės sėkmės socialiniuose tinkluose prielaidos (Moore, 2011). Nors ir paprasta, tačiau žinutė turi turėti turinį, kad gerbėjas norėtų tuo dalintis su savo socialinio rato nariais (Naraine & Parent, 2016). Komunikacija neturi būti per dažna, kad tai neatrodytų kaip interneto šiukšlės (angl. *spam*), tačiau pakankamai dažna, kad gerbėjai būtų įvykių sūkuryje (Moore, 2011).

Svarbu ir tai, kad skleidžiama žinutė pataikytų į tam tikrą tikslinę auditoriją (Clavio & Walsh, 2013). Sporto komanda segmentuoja savo tikslinę auditoriją pagal lyties, amžiaus, gyvenamos vietos, pajamų ir kitus kriterijus, taigi atskiros žinutės gali būti skirtingos tam tikriem segmentams, arba visiems skirtos, t.y. universalios žinutės (Stein, 2012).

Pastaruoju metu neretai pastebima, jog sporto komandos vykdo ir tam tikrą socialiai reikšmingą komunikaciją, pavyzdžiui, ne tik skleidžia informaciją apie savo vidinius reikalus, bet ir propaguoja sveiką gyvenseną (skatina gerbėjus sportuoti, sveikai maitintis, atsisakyti žalingų polinkių), skatina spręsti socialines problemas, pavyzdžiui, aukoti labdarai, prisidėti prie komandos vykdomų socialinių iniciatyvų

ir t.t. (Proschinske, et al., 2012; Clavio & Walsh, 2013). Tokiu būdu sporto komandos komunikacijos su gerbėjais turinys tampa socialiniai reikšmingas.

Pažymėtina, jog tam tikrą veiklą socialiniuose tinkluose vykdo didelė dalis komandų, tačiau ne visos šį įrankį panaudoja pakankamai efektyviai. A. Agrawal et al. (2016) pažymi, jog komandoms trūksta žinių ir kompetencijos, kaip efektyviai panaudoti socialinius tinklus, nėra suformuluoti aiškūs tikslai kam ir kaip tai daryti, taip pat pasigendama aiškios orientacijos į santykius su gerbėjais, neapibrėžiama, ko tikimasi iš tokių santykių.

Taigi gerbėjo augantis lojalumas, identifikavimasis su komanda, pozityvios informacijos apie sporto komandą skleidimas, atitinkamai stiprėjantis komandos prekės ženklas, auganti ekonominė nauda sporto komandai yra pagrindinės pozityvios komandos bendravimo su gerbėjais socialiniuose tinkluose pasekmės, dėl ko sporto komandoms naudinga plėtoti šią komunikaciją. Kad komunikacija su gerbėjais socialiniuose tinkluose būtų efektyvi, komandos turi rūpintis komunikacijos turiniu, tinkamu pateikimu, orientacija į reikiamą tikslinį segmentą.

Tyrimo metodas

Tyrimo metodas – kokybinis (turinio analizė). *Tyrimo duomenys* – tai informacija apie Lietuvos krepšinio komandų bendravimą su gerbėjais socialiniuose tinkluose, konkrečiai pasirinktas socialinis tinklas Facebook. Facebook įkurtas 2004 m. Šis socialinis tinklas leidžia vartotojas skelbti įvairaus pobūdžio turinį (tekstinį, vaizdinį, garsinį), peržiūrėti kitų vartotojų turinį, sukurti savo socialinį tinklą, stebėti jame vykstančią komunikaciją ir prisidėti prie jos. *Tyrimo imtis* – sporto komandų bendravimas su gerbėjais 2017 m. sausio 1 d. – balandžio 7 d. Tirtas šių krepšinio komandų bendravimas su gerbėjais Facebook socialine tinkle: BC „Žalgiris Kaunas“, BC „Lietuvos rytas“, BC „Utenos Juventus“. Šios komandos pasirinktos dėl to, jog vykdo reguliarią komunikaciją su gerbėjais Facebook tinkle 2017 m. ir turi reikšmingą skaičių gerbėjų šiame socialine tinkle (>9000). Pažymėtina, jog kiti krepšinio klubai, turintys gerą statistiką LKL, nevykdo tokios aktyvios komunikacijos su gerbėjais socialiniuose tinkluose. Pavyzdžiui, Panevėžio „Lietkabelis“ Facebook turi tik 37 „patinka“, ir nuo 2017 m. sausio 12 d. iki 2017 m. balandžio 7 d. nepaskelbė nei vieno įrašo, o per pastaruosius 6 mėnesius (nuo 2016 m. spalio 7 d.) paskelbė vos 4 įrašus. Krepšinio komandos tirtos dėl to, jog tai populiariausia, daugiausia gerbėjų į rungtynes pritraukiant sporto šaka Lietuvoje. *Tyrimo eiga*. Analizuojant, kaip komandos bendrauja su gerbėjais socialiniame tinkle Facebook, pasirinkti kriterijai, taikyti mokslininkų (Agrawal et al. 2016) ankstesniuose tokio pobūdžio tyrimuose: 1) „patinka“ skaičius; 2) vidutinis komentarų skaičius po įrašais; komentarų pozityvumas; 3) vidutinis pasidalinimų skaičius; 4) įrašų forma (tekstinė; vieno vaizdo; vieno vaizdo su tekstu; kelių vaizdų su tektus; video su tekstu); 5) įrašų turinys (su sporto šaka susijęs; su gerbėjais susijęs; su atletais susijęs; bendra informacija). Papildomai pateikiamas įrašų skaičius.

Tyrimo rezultatai

Pagrindiniai tyrimo rezultatai, charakterizuojantys sporto komandų bendravimo su gerbėjais statistiką, pateikti 1 lentelėje. Kaip rodo 1 lentelėje pateikti duomenys, BC Žalgiris yra lyderis pagal gerbėjų socialine tinkle Facebook skaičių, jo gerbėjų skaičius BC Lietuvos rytas gerbėjų skaičių viršija 5 kartus, BC Utenos Juventus – 20 kartų. Visos trys komandos vykdo aktyvią komunikaciją su gerbėjais socialine tinkle: vidutiniškai per savaitę tiriamu laikotarpiu BC Žalgiris paskelbė 29 įrašus, BC Lietuvos rytas 27 įrašus, BC Utenos Juventus 21 įrašą.

1 lentelė. *Tyrimo rezultatai: bendravimo su gerbėjais statistika.*

Nr.	Komandos	Tinklapio „Patinka“ skaičius	Vidutinis įrašų „patinka“ skaičius	Vidutinis komentarų skaičius po įrašais	Komentarų pozityvumas	Vidutinis pasidalinimų skaičius	Įrašų skaičius 2017-01-01 iki 2017-04-07
1	BC Žalgiris	184 322	122 Atskirais atvejais siekia 3000-4000 (pergalingos varžybos, atletų gimtadieniai)	25 Atskirais atvejais (pergalingos varžybos, atletų gimtadieniai) 60-100	Dauguma pozityvūs	32 (55 % įrašų nesidalino niekas)	387
2	BC Lietuvos rytas	35 456	83 Atskirais atvejais siekia iki 1000 (atletai, pergalingos varžybos)	15 Atskirais atvejais (pergalingos varžybos, atletų gimtadieniai) 40-50	Dauguma pozityvūs	12 (62 % nesidalino niekas)	352
3	BC Utenos Juventus	9 030	22 Atskirais atvejais siekia iki 150	5 Atskirais atvejais ~20	Dauguma pozityvūs	5 (80 % nesidalino niekas)	272

Šių komandų įrašų gausą per tirtą laikotarpį lėmė daug pergalingų ir dramatiškų LKL, Eurolygos varžybų. Pagal grįžtamąjį ryšį iš gerbėjų dominuoja BC Žalgiris, šios komandos įrašai sulaukia daugiausia „patinka“, yra labiausiai komentuojami, jais dažniausiai dalijamasi. Reikia pažymėti, jog šiuos aktyvius veiksmus vykdo mažuma gerbėjų, absoliuti dauguma yra pasyvūs gerbėjai.

Pagrindiniai tyrimo rezultatai, charakterizuojantys sporto komandų bendravimo su gerbėjais formą ir turinį, pateikti 2 lentelėje.

2 lentelė. *Tyrimo rezultatai: bendravimo su gerbėjais turinys ir forma*

Nr.	Komandos	Viso nagrinėta žinučių	Įrašų forma, proc.					Įrašų turinys, proc.			
			Tekstas	1 vaizdas	1 vaizdas+ tekstas	>1 vaizdai + tekstas	Video + tekstas	Apie sportą/ varžybas	Apie gerbėjus	Apie atletus	Bendra informacija
1	BC Žalgiris	387	0	0	52	26	22	79	4	11	6
2	BC Lietuvos rytas	352	0	5	45	23	27	82	3	7	8
3	BC Utenos Juventus	270	8	7	72	7	6	94	1	2	3

Kaip matyti 2 lentelėje pateiktoje informacijoje, kiek skiriasi sporto komandų bendravimo su gerbėjais forma ir turinys. BC Utenos Juventus renkasi paprastesnio turinio įrašus, nemaža dalis įrašų yra vien tik tekstas, arba vien tik vaizdas, bet dominuoja vieno vaizdo ir teksto įrašai. BC Žalgiris, BC Lietuvos rytas skelbia sudėtingesnius įrašus, su daugiau vaizdinės medžiagos, ir tik vienas kitas įrašas yra visai be vaizdinės medžiagos, arba tik vaizdinė medžiaga be teksto. Tad daugiau gerbėjų turinčios komandos renkasi sudėtingesnės formos įrašus.

Dominuojantis visų komandų įrašų turinys – informacija apie įvykusias varžybas. BC Žalgiris, BC Lietuvos rytas skelbia nemažai įrašų apie gerbėjus, atskirus komandų atletus, tuo tarpu BC Utenos Juventus tokių įrašų skelbia labai mažai. Komandos menkai naudoja *Facebook* informacijai skelbti (apie bilietus, rungtynių datas), kiek aktyviau BC Lietuvos rytas. Tad galima teigti, jog skelbiama informacija, kuri įdomiausia gerbėjams, t.y. dagiausia apie varžybas, atletus.

Išvados

1. Komunikacija su sporto klubo gerbėjais socialiniuose tinkluose leidžia stiprinti gerbėjų lojalumą, identifikaciją su komanda, kas neša tiesioginę komercinę naudą komandai. Sporto komandoms svarbus reguliarus, turiningas komunikavimas su gerbėjais, kad jie liktų susidomėję ir pozityvūs komandos atžvilgiu socialiniame tinkle.
2. Lietuvos krepšinio komandų komunikacijos su gerbėjais *Facebook* socialiniame tinkle analizė rodo, jog vykdoma aktyvi komunikacija, skelbiant 21-29 įrašus per savaitę. Sporto komandų bendravimo su gerbėjais forma ir turinys skiriasi. Komandos daugiausia skelbia įrašų su vienu vaizdu ir tekstu, dominuoja įrašai apie sportą – varžybas, rezultatus, varžybų analizę. Didelė dalis gerbėjų socialiniuose tinkluose yra pasyvūs, tik maža dalis aktyviai veikia komandų *Facebook* tinklapiuose, t.y. ,,pamėgsta“ turinį ir juo dalijasi.

Literatūros sąrašas

1. Agrawal, A., Gupta A., Yousaf A. (2016). Engaging Sports Fans in Social Media: Insights from an Empirical Analysis. *2016 AMA Winter Educators' Proceedings*, p. 9-11.
2. Badenhausen, K. (2016). FC Barcelona Ranks As The Top **Sports Team** On Social Media. Forbes.com., 14, p. 1-11.
3. Chartier, T., Langville, A., Trask, J. L. (2013). Sports ranking and twitter. Sports ranking. The UMAP journal, 34 (1), p. 21-36.
4. Clavio, G. & Walsh, P. (2013). Dimensions of Social Media Utilization Among College Sport Fans. *Communication & Sport,* 4, p. 1-22.
5. Moore, A. J. (2011). Go for the goal: how pro sports teams score with social media. *Tactics*, March, 11.

6. Naraine, M. L. & Parent, M. M. (2016). Illuminating Centralized Users in the Social Media Ego Network of Two National Sport Organizations. *Journal of Sport Management*, 30, p. 689 -701.
7. O'Cass, A., Carlson, J. (2010). Examining the effects of website-induced flow in professional sporting team websites. *Internet Research*, 20 (2), p. 115-134.
8. Partridge, J. A., Wann, D. L., & Elison, J. (2010). Understanding college sports fans' experiences
9. of and attempts to cope with shame. *Journal of Sport Behavior*, 33, p. 160–175.
10. Proschinske, M., Groza, M. D., & Walker, M. (2012). Attracting Facebook "Fans": the importance of authenticity and engagement as a social networking strategy for professional sport teams. *Sport marketing quarterly*, 21,p. 221-231.
11. Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media Bible: Tactics, tools & strategies for business success*. Hoboken, NJ: Wiley.
12. Sanderson, J. (2013). From Loving the Hero to Despising the Villain: Sports Fans, Facebook, and Social Identity Threats. *Mass Communication and Society*, 16, p. 487–509.
13. Stein, L. (2012). Social media offers brands a new way to team with sports. *PR Week*, June, p. 40-41.
14. Watkins, B. (2014). An integrated approach to sports branding: examining the influence of social media on brand outcomes. *International journal of integrated marketing communications*, Fall 2014,p. 30-41.

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ СЕТЕВОЙ ОНЛАЙНОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Кириченко Николай

Университет менеджмента образования Национальной академии педагогических наук Украины, Киев, Украина

Аннотация. Актуальность исследования сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности приобретает большое значение, так как личность сегодня формируется в искуственно созданном виртуальном мире, который формирует ее нецелостный и разорванный образ. В связи с этим девальвируется гуманистический потенциал современной культуры. Задачи иссследования: концептуализация сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном простанстве виртуальной реальности и выявление ключевых детерминантов духовности, которые формируют адаптвиные способности человека к информационному обществу. Цели исследования – раскрыть становление и развитие сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном простанстве виртуальной реальности, специфичекая конкретность которой состоит в интердинамичности и интерэволюционности быстро меняющегося мира, к которому адаптируется человек. Методы и методология исследования: аксиологический подход, в основе которого формирование ценностных ориентаций онлайново-сетевой культуры, в контексте которой человек может быть и реципиентом, и читателем, и созерцателем, и сокреатором, дискурсосмысливая отношения сетевого общества и конституируя свой образ-«Я» на уровне сознания и подсознания, культуры и антикультуры (субкультуры). Вывод: в контексте виртуального пространства личность должна избирательно относиться к информации, ранжировать

ее, не поддаваться на веру, формировать ценностно-смысловые идеалы, которые будут способствовать целостности личности, а не ее разорванности. Культура в целом существует как онтологическая, метафизическая, философско-научная ценностная парадигма, которая способствует формированию имманентных качеств личности, заполненных ценностно-реальными связями и отношениями, которые культивируют культурное пространство и способствуют развитию личности.

Ключевые слова: онлайновая культура, симулякры, энтропия социально-культурная, игровая деятельность

Введение

Актуальность исследования. Человек, который теряет человечность и гуманизм, теряет природу, социум, а сам перемещается в другой – виртуальный мир. Этому способствует антропологический кризис, потеря доверия к будущему, правовому государству, победа «одномерного человека», культивируемого массовым обществом, который порождает возможность управления сознанием молодежи в результате информационного и технологического управления (Бодрийяр, 2006). Важной чертой вирутальной культуры является ее мозаичность, связанная с особенностями процесса познания, соединяющая в себе элементы культур разных эпох и народов, которая выступает как ценностно-отобранный и символико-семиотический опыт многих людей, в результате чего не происходит ценностного отбора и социального опыта как в случае целенаправленного процесса познания.

Проблемная ситуация: исследование проблемных (болевых) точек онлайновой культуры в дискурсивном пространстве виртуальной реальности, в основе которых ценности виртуального мира, в который погружен человек, который пытается представить ее как достверность-реальность, искусственно продуцируемую через сетевое общество, которое перцептирует общение в сети как игровое взаимодействие. В основе исследования дискурсосмысление сложных проблем онлайновой культуры, которая формирует не-целостного человека, который всего лишь однобоко реализует себя в какой-то одной сфере деятельности согласно игровой репрезентации себя как объекта сетевой онлайновой культуры, которая всецелостно погружает человека в мир своего бытия (Бодрийяр, 2006).

Задачи иссследования: концептуализация сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности и выявление ключевых детерминантов духовности, которые формируют адаптивные способности человека к информационному обществу.

Цели исследования – раскрыть становление и развитие сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности, специфическая конкретность которой состоит в интердинамичности и интерэволюционности быстро меняющегося мира, к которому адаптируется человек.

Методы и методология исследования: аксиологический подход, в основе которого формирование ценностных ориентаций онлайново-сетевой культуры, в контексте которой человек может быть и реципиентом, и читателем, и созерцателем, и сокреатором, дискурсосмысливая отношения сетевого общества и конституируя свой образ-«Я» на уровне сознания и подсознания, культуры и антикультуры (субкультуры) (Воронкова, 2015).

Результаты

Онлайново-сетевое общество сделало ставку на омассовленного человека, «человека толпы», который разрушает привычную систему ценностей и делает ставку на игровую модель самореализации, на потребительство и отсутствие креативности в мире онлайн-кульутры. Игровая составляющая становится составляющей доминантой современного виртуального мира, а сама игра становится маркером постмодернистского общества, в центре которого перфомативное, игровое «Я», человека. Сегодня роль игры есть фактором самоидентификации личности, развития социальных коммуникаций, трансформации виртуальной реальности, утверждения полионтичности мира. В карнавальном способе бытия виртуализации прошлые табу традиционного общества отброшены, что и обусловлено появлением пространства игровой деятельности, в контексте которой формируется «автономный симулякр», чья достоверность воспроизводит дискурсреальность, в которой человек имеет дело не с вещами, а с симулякрами, масками, копиями, копиями копий (Воронкова и др., 2016). Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства (2016). Под влиянием игры виртуальной стихии интеграция экзистенциального и информационного полей трансформируется, человек теряет пути для поиска своих имманентных сил, самоидентификация теряется как процесс сущностных сил человека, а превращается в игру, которая имеет некоторый элемент креативности.

В условиях сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном простанстве виртуальной реальности человек пользуется симулякрами, которые представляют собой заменители, стереотипы, стереопардигмы, примитивные матрицы сознания. Симулякры есть одно из основных понятий постмодерна, репрезентируя собой образы виртуально-иррациональной реальности (все же реальности), которая лишь отражает некоторое правдоподобие оригинала, но не является подлинником. Симулякры – это трансцендентные, иррационалистические объекты-модели, за коими уже как бы находится-экзистирует реальность-достоверность. Многие ученые постмодерна (Ж. Бодрияр, 2006) отмечают, что симулякры – это нулевая матрица, квазивещь, квази-предмет, который имитирует-замещает деструктивную реальность посредством феноменов симуляции. Симулякры имитируют отсутствие данности и стирают дифференциальную разницу между достоверным и недостоверным знанием, то есть репродуцируют суррогатную, вторичную

сущность с кодами, знаками, референциями, мультиголограммами. Симулякры отражают объекты-предметы-феномены-явления как иносказательно-мифологические новинки-раритеты. На первом плане виртуально-суррогатных процессов отражаются суррогатные континуумы, суррогатно-культурные, социально-онтологические парадигмы, кичи, а сам кич – это квазивещь, примитивный стереотип, клише-ярлык, предназначенный для массовой культуры и массового человека виртуальной реальности. Симулякры – это приоритет примитивизма, ипохондрии, тривиальности, который несет с собой манифест фантомного над метафорично-иносказательным, а сама эстетика является носителем культурной деградации личности.

В основе концептуализации сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности проявляется энтропия социально-культурная, которая отражает процессы снижения уровня модельно-сукцессивной сложности, несет с собой снижение субсистем-субмоделей этого культурного макрокомплекса виртуальной реальности. Энтропия социально-культурная, которая характеризует виртуальную реальность, представляет тотальную и частично пониженную деградацию культуры как макросистемы-макромодели виртуального мира, связанного с социокультурными нормами регуляции социовзаимоотношений. Энтропия социо-культурная напрямую зависит от мультипроцеессов механической инкультурации, ресоциализации личности в открытом виртуальном пространстве. Энтропия социо-культурная репрезентирует собой деструкцию мультифункциональной целостности личности, что приводит к снижению эффективно-рациональной регуляуции социовзаимоотношений, воспроизводит деградацию субмоделей виртуально-онлайновой культуры и ее ценностных ориентиров, нравственной и правовой системы, приоритетов легитимных матриц, связанных с социостатусом личности.

Данный тип культуры несет с собой эклектику, в основе которой недопонимание индивидом тех или иных событий, феноменов, объектов или же научных концепций, или же факторов, связанных с социумом, культурой, цивилизацией. В основе понимания данной реальности постструктурализм, воспетый Делезом, Дерридой и Бартом, а также Блумом и Миллером, в основе которого дискурсосмысление культуры на базисе лингвистическо-текстуального моделирования, дифференциальных матриц видов деятельности в констелляции индуктивно-дедуктивных подходов, модусов герменевтики, дискурспостижения структурально-культурных текстов в проекциях постмодернтенденций. В основе постструктурализма - постижение текстов, языков, лингвомоделей, лингвоструктур, знакосемиотической деятельности субъектов в виртуальном пространстве, которые несут с собой свою модель культуры (субкультуры) (Воронкова и др., 2016). Культура начинает все больше утрачивать черты линейности и предсказуемости развития, становится, по определению постмодернистов, – ризомной, мозаичной, «блип-культурой» (Э. Тоффлер). Размывая некогда строго заданные границы классического определения культурной

реальности (закономерно развивающейся, структурированной, системнофункциональной), современная социокультурная реальность все больше отождествляется с виртуальностью (Воронкова и др., 2016).

Постструктурализм как выражение виртуальности отражает: 1) эклектизацию стилистики; 2) конвергенцию дифференциальных художественно-эстетических идей и движений; 3) диспозиции-ориентиры постмодернизма на толпу и массу, или на элитные группы людей; 4) воздействие модусов искусства на политические, экономические и социальные процессы в обществе, на религию, информатику, дифференциальные науки-теории в констеляции стилистическо-поэтической полифонии; 5) частичная элиминация шедевров-эталонов культуры и апробация приемов игры; 6) ориентация на цитирование, полуплагиат, имитацию образов, нападки на сами шедевры-эталонкультуры; 7) применение приемов коллажа, аппликации, конвергенции, что с собой несло конструкты эрзацкультуры, в основе которых модели артефактов дискурсклассического переосмысления действительности. Концептуализация сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности ведет к формированию паттернов культурных, которые проявляются в виртуальной среде. Паттерны культурные – это модели, образцы или стереотипы поведения-ментальности, проявляющиеся в виртуальном социуме, которые дифференцируют социально-исторические и эволюционно-онтологические феномены-факторы, формируя макромодель поведения взаимодействующих субъектов.

Поэтому та или иная модель виртуального социума формирует модель (образ) экзистенции, проявляющийся в духовно-интеллигибельном виртуальном пространстве, формируя свой образ в определенных моделях, матрицах, эталонах культуры. Образ личности виртуального пространства – это также матрица отражения определенной психики индивида, которая на уровне своей перцепции, памяти, воображаемых менталактов и рефлексиемоделей формирует образ свого «Я». Юнг считал, что образы личности – это архетипы коллективного бессознательного, в виртуальной культуре отсутствует интенция к утилитарно-прагматическому началу и, более того, не выражена нацеленность на «готовый продукт» преобразования действительности – принципиальная незавершенность как «идеология non finito» (Кириченко, 2017). В виртуально-онлайновой культуре явно выражено субъективно-инициирующее начало (субъекты конструируют новый игровой мир со своими правилами игры в нем). Виртуально-онлайновая культура существует вне официальных институций, но при развитии этого явления формируются субституции (субкультурный тип существования виртуальной культуры). Ключевой ценностью и смыслообразующим основанием виртуально-онлайновой культуры выступает компенсаторный тип существования – своеобразная философия ценностного восполнения недостающего в объективной действительности (Кириченко, 2017).

Концептуализация сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности сводится к тому, чтобы: 1) защитить конвергенцию дифференциальных идей и художественно-эстетических течений и движений; 2) выявить диспозиции ориентиры культуры на толпу-массу, а также на элитные бомонды, кланы общества; 3) воздействовать модусами–средствами онлайновой культуры на политические, экономические, культурные процессы в обществе, а также на религию, информатику, дифференциальные науки-теории; 4) частично элиминировать шедевры классической культуры, художественных, эстетических приемов, апробировать феномены игры; 5) пропагандировать нападки на модернизм как теорию, которая якобы неглубоко и консервативно отражает и интерпретирует символику постиндустриального мира и потому нуждается в реформации; 6) пропагандировать нападки на парадигмы ортодоксально-классической эстетики, универсальных классических художественно-эстетических матриц мультирепрезентаций; 7) способствать отрицанию катарсиса искусства, самобытности творчества, пересмотра классического художественного творчества, а взамен этому они предлагали конструкты артефактов, которые были репродуцированы при помощи коллажа, аппликации, конверегенции стилей (Соснін и др., 2017).

Концептуализация сетевой онлайновой культуры личности в дискурсивном пространстве виртуальной реальности выявила ее антиномичный характер, имманентно-сложные процессы культуры, которые репрезентируют собой плюральные процессы и факторы развития. В своих эволюцинно-динамических процессах виртуального мира культура ориентируется на аддукцированно-заданный эталон-парадигму развития личности. Культура находится как бы в макромодели виртуального социума и формирует образ виртуального человека. Виртуальная культура эталонизирует индивидов, делает их похожими друг на друга, может влиять в отрицательном аспекте и культивирует те феномены, которые приводят к деградации-тривиализации общественных нравов, общественного мнения. Виртуальная культура проявляется как процесс, который ориентируется на традиции, нормы, культурдиспозиции и культурпрезентации виртуального мира, виртуального мышления, виртуального сознания.

Выводы

1. Термин «виртуальная реальность» вошёл в научный, масс-медийный и коммерческий обиход, используя для описания и исследования целого ряда явлений – экономических, политических, культурологических, психологических, эзотерических, эстетических, что свидетельствует о его широком применении ко всем сферам общественной жизни. Заметим, что в виртуальной интерпретации постигается мир, социум, метаболические процессы, связь с природой, социумом, Вселенной, а также в связи с этим формируются

свои ценности, идеалы, нормативы, ориентиры, смыслы, которые регулируют поведение индивида, его менталитет, мультифункции.

2. Культура – это объекты, предметы, модели, абрисы, парадигмы, эталоны, которые репродуцированы человечеством на протяжении многих веков и тысячелетий в констелляции с феноменами социума, экзистенции, политики, экономики, индивидуальности. Культура включает совокупность исходных положений теоретического и практического характера, совокупность правил, норм, процессов, которые указывают на ценностно смысловые и нормативно-регулятивные построения. Культура генерирует социоинституты, социоучреждения, идеологии, смыслы, идеи, ориентиры социума и личности, устанавливает релевантные связи и отношения между людьми, определяет имидж экзистенции.
3. Виртуальную культуру следует понимать в следующих ее характеристиках: 1) виртуальность как инобытие, несуществующая реальность: идея потенциально возможного бытия в форме онтологической оппозиции бытийного и инобытийного образований; 2) виртуальность как непознанная реальность: идея гносеологического разделения на познанную реальность и идеалистическая реальность: аксиологический конфликт должного и наличествующего социального устройства; 4) виртуальность как внутренний мир, субъективно-переживаемая индивидом реальность; 5) виртуальность как мнимая, имитационная реальность («псевдореальность»): симуляция или производство реальности, имиджевое конструирование действительности; 6) виртуальность как информационно-техническое пространство – киберпространство: технически-опосредованная среда, информационный ресурс современного общества, медийная среда культуры.
4. Виртуальная культура воздействует на все матрицы-парадигмы интеллектуального развития человечества, на морально-этические и эстетические диспозиции и научно-концептуальное мировоззрение личности, формируя образ виртуальной культуры и виртуального человека в констеляции его Эго-проекций и Эго-диспозиций. Индивид может не всегда эффективно результировать рационально свое Эго, опирается поэтому на виртуальные предписания и каноны виртуального мира.

Теоретическое значение полученных результатов исследования состоит в научном осмыслении сущности и содержания виртуальной культуры, которая способствует формированию виртуальной личности как сложной диссипативной системы, которая заполняет вертикаль пространства сознания на трех уровнях: 1) ядерном; 2) смысловом; 3) интеллекутальном. Такая виртуальная культура имеет три вида механизмов: 1) ядерные – биологичского происхождения; 2)

смысловые, которые состоят из смысловых характеристик; 3) интеллектуального уровня, которые формируют свое мировосприятие, мироощущение, миропредставление. Интегральным продуктом такого взаимодействия выступает виртуальная культура, которая пронизывает интеллекутальный горизонт личности и рождает собственное мироощущение, на основе которого формируется морфогенезис личности и личность получает вектор своего развития.

Практическое значение исследования проблемы онлайново-виртуальной культуры в том, что сегодня необходимо изучать все процессы, которые происходят в современном информационном пространстве, чтобы проникнуть в сферу виртуальности; способствовать выработке методологического инструментария для исследования виртуальной личности, проблем разворачивания ее сознания, духовной целостности, мутаций в структуре сознания личности, отклонений от устойчивого развития психики и сознания.

Феномены вирутальной культуры разнообразны и константно связаны с реализацией потребностей человека, с человеческой экзистенцией, специализацией культуры как процесса, расширением функций культуры в условиях информационного общества. При исследовании виртуальной культуры нами был использован социокультурный подход, который регистрирует культуру как широкоэкстраполяционный комплекс социофеноменов и социофакторов, которые репрезентируют собой модусы функционирования виртуальной культуры, а также места и роли личности в этом виртуальном мире; аксиологический подход, в основе которого формирование ценностных ориентаций онлайново-сетевой культуры, в контексте которой человек может быть и реципиентом, и читателем, и созерцателем, и сокреатором, дискурсосмысливая отношения сетевого общества и конституируя свой образ-«Я» на уровне сознания и подсознания, культуры и антикультуры (субкультуры). В контексте виртуального пространства личность должна избирательно относиться к информации, ранжировать ее, не поддаваться на веру, формировать ценностно-смысловые идеалы, которые будут способствовать целостности личности, а не ее разорванности. Культура в целом существует как онтологическая, метафизическая, философско-научная ценностная парадигма, которая способствует формированию имманентных качеств личности, заполненных ценностно-реальными связями и отношениями, которые культивируют культурное пространство и способствуют развитию личности.

Таким образом, исследование онлайново-виртуальной культуры способствует углублению данного феномена, поиску путей социализации человека в сложных переплетениях информационно-виртуального бытия, усложнения культурогенезисных процессов в условиях информационной глобализации, которая воедино связывает мир и усложняет поиски человеком своего места в этом мире.

Список литературы

1. Бодрийяр, Ж. (2006). Симулякры и симуляции. *Философия эпохи постмодерна: сб. переводов и рефератов*. Минск, с. 123-127.
2. Воронкова, В. Г. (2015). Інтернет як глобальна тенденція розвитку інформаційного суспільства. *Гілея : науковий вісник: зб. наук. праць. К*.: Вид-во УАН ТОВ "НВП" "ВІР", 93 (2), с. 174 –179.
3. Воронкова, В.; Романенко, Т.; Андрюкайтене, Р. (2016). Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства . *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 67, с. 122-134.
4. Кириченко, М. О. (2017). Інформаційно-семіотичні виміри інформації як головного тренду інформаційного суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії» : збірник наукових праць*. 68, с. 57-67.
5. Соснін, О. В.; Воронкова, В. Г.; Нікітенко, В. О.; Максименюк, М. Ю. (2017). Інформаційно-комунікативний менеджмент: зарубіжний і вітчизняний менеджмент навчальний посібник. Київ.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИЗМ

Koroleva Nadezhda

Sochi State University, Sochi, Russia

Annotation. The article examines the influence of economic globalization on the tourism industry and analyzes what is happening as a result of this change in the tourism sector, regional and global economy. Globalization has had impact on many economic activities, including tourism. The purpose of this study was to analyze the impact of globalization on the sphere of travel and tourism. The study revealed that globalization in tourism is demonstrated in the process of development of mass sports activities, unification of services, concentration of capital in transnational tourism companies, development of information technologies. Tourism is becoming wider, increasing its impact on the economy via growing contribution to global GDP and the number of employed in the industry.

Key words: tourism, economy, globalization, regionalization, globalization's influence.

Многие исследователи считают туризм «феноменом» XXI века в силу широкого охвата стран, участвующих в этом процессе, интенсивности развития, формирования новых отношений в экономике как во всем мире, так и на уровне отдельных стран и регионов.

Современные процессы глобализации экономики затронули и туризм. Глобализация представляет собой процессы интеграции и унификации в экономике, политике, и культуре. Процессы глобализации затронули и туристскую сферу. Туристская глобализация способствует развитию информационных технологий, унификации различных видов услуг, развитию массовых видов отдыха, и росту концентрации капитала у транснациональных корпораций. Нельзя не указать

и на отрицательные последствия такой глобализации, которые приводят к утрате территориями культурного и национального своеобразия. Осознание этих негативных последствий приводит к противоположному глобализации процессу регионализации.

Туристская деятельность способствует снижению социальной напряженности, создавая новые рабочие места и повышая занятость, обеспечивает улучшение качества жизни. Эксперты UNWTO утверждают, что туристский бизнес наиболее быстрыми темпами адаптируется к кризисным условиям по сравнению с другими сферами деятельности. Данные Федерального агентства по туризму свидетельствуют, что туризм может стать источником средств для других сфер экономики в условиях кризиса.

Туризм - один из крупнейших по прибыльности видов международных экономической деятельности, где проявления глобализации наиболее заметны. Глобализация открывает новые возможности для развития туризма, этому способствует рост разработок в области электронных технологий, связи и транспорта. Существует тенденция превращения научного знания в инновацию – получения достаточного результата для практической реализации. Туристские компании все больше вкладывают в развитие и внедрение инноваций во все фазы производственного процесса: сервисы, управление персоналом, маркетинг, менеджмент, логистику и др.

Системы бронирования или резервирования стали более гибкими и экономически эффективными и составляют большую конкуренцию основным поставщикам туристских услуг – туроператорам и турагентам; снизились затраты на путешествия воздушным транспортом, появляются лоукостеры.

Глобализация также вызвала повышенный спрос на новые туристические услуги, такие, как компьютеризированные гостиницы, онлайн-услуги по бронированию, организации телеконференций, смарт-карт и различных инструментов для электронного перевода денежных средств.

Изменились инструменты маркетинга и продаж, которые в настоящее время все больше переходят в он-лайн среду. Интернет сделал путешествия по всему миру более доступными при гораздо меньших затратах.

Туризм как одна из форм международных экономических отношений приобрел в настоящее время значительные масштабы, что проиллюстрировано на рисунке 1.

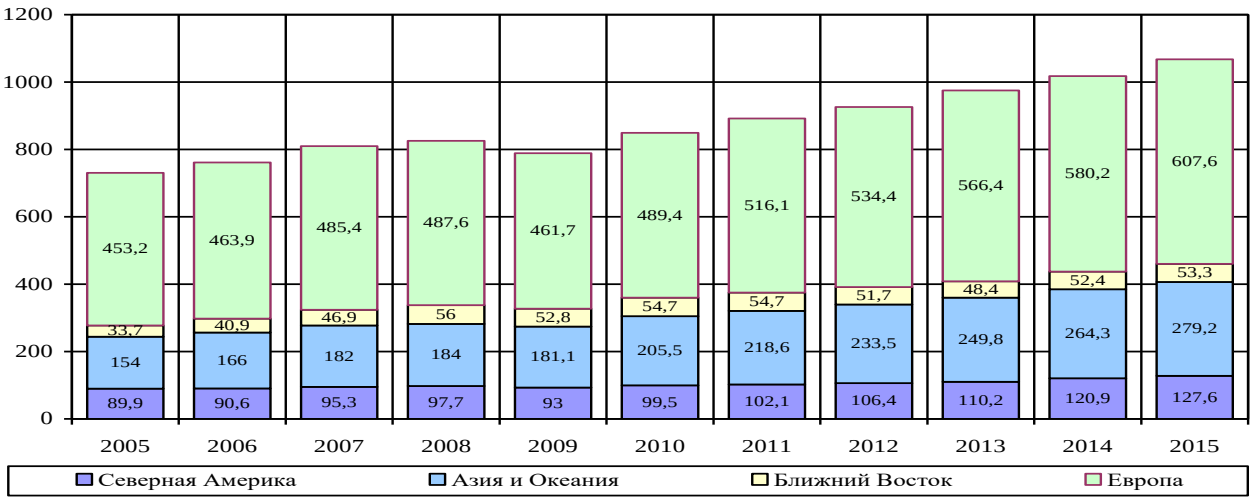


Рис. 1. *Число международных туристских прибытий в мире с 2005 по 2015 гг. по регионам (млн. прибытий). Источник: Составлено автором на основе данных World Travel and Tourism Council*

Рисунок 1 показывает количество международных туристских прибытий во всем мире с 2005 по 2015 год, по регионам. В 2015 году всего было зафиксировано 1067,7 млн. международных туристских прибытий, из которых более половины пришлось на Европу, 279,2 млн. - на Океанию, 127,6 млн. - на Северную Америку и 53,3 млн. - на Ближний Восток. Европейские страны на протяжении всего рассматриваемого периода остаются наиболее привлекательными для туристов.

Число международных туристских прибытий за год в мире росло в период между 2005 и 2015 годами, за исключением 2009 года, когда этот показатель незначительно снизился – скорее всего из-за экономического спада, произошедшего во всем мире после мирового экономического кризиса 2008 года.

К 2020 году прогнозируется число международных туристских прибытий на уровне около 1,36 млрд., а к 2030 — более 1,8 млрд.

Стремительное развитие туризма в условиях глобализации характеризует и стабильно увеличивающийся вклад отрасли в мировой ВВП, отражающий объем расходов на туризм в объеме мирового ВВП. Показатель общего вклада в ВВП включает в себя прямой, косвенный и индуцированный вклады экономику.

Прямой вклад туризма в ВВП - это общий объем непосредственных расходов на туризм и путешествия внутри станы резидентами и нерезидентами на деловые поездки и с целью проведения досуга, а также целевые государственные расходы на содержание объектов и территорий, представляющих интерес для туристов.

Косвенный вклад туризма в ВВП включает инвестиции в туристическую отрасль; государственные расходы на общее поддержание индустрии туризма; расходы предприятий,

предоставляющих услуги туристам, на приобретение товаров и услуг для своей непосредственной деятельности.

Индуцированный вклад туризма в ВВП - это часть ВВП, формируемая за счет доходов лиц, прямо или косвенно занятых в индустрии туризма.

На рисунке 2 отражен прямой и общий вклад путешествий и туризма в мировую экономику с 2006 по 2016 год.

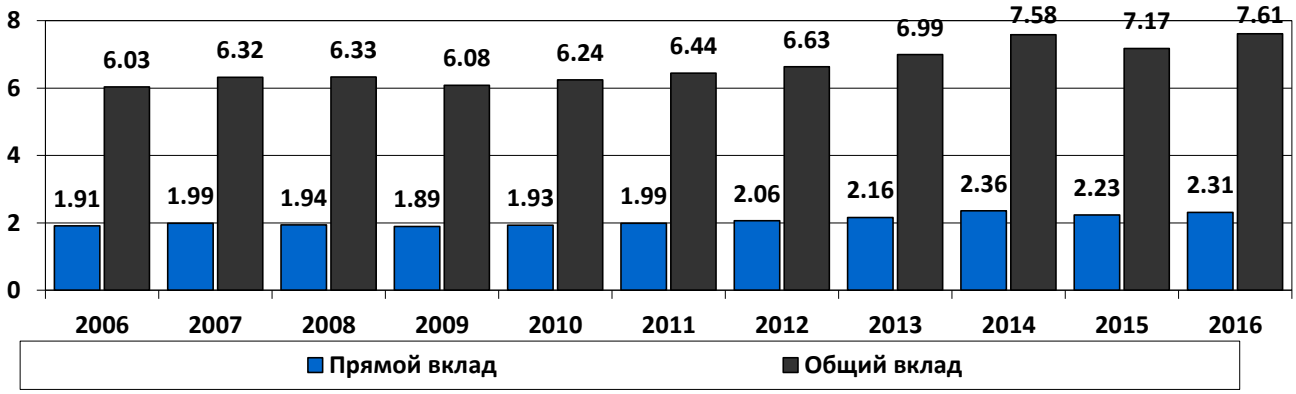


Рис. 2. *Прямой и общий вклад путешествий и туризма в мировую экономику с 2006 по 2016 гг. (трлн. долларов США) Источник: Составлено автором на основе данных World Travel and Tourism Council*

Из рисунка 2 видим, что в последние годы туристическая отрасль обеспечивает вклад в мировую экономику на сумму около 7 трлн. долларов ежегодно, который приближается к 8 трлн. в 2016 году. Прямой экономический вклад индустрии путешествий и туризма в 2016 году составил около 2,31 трлн долларов. В 2015 году, путешествия и туризм внесли общий вклад в мировую экономику на сумму 7,17 трлн долларов, из которых прямой вклад - 2.23 трлн.

Если говорить о структуре вклада в ВВП по странам, то Северная Америка вносит наибольший вклад, за ней следуют Европейский Союз и Северо-Восточной Азия. Из-за их менее развитой инфраструктуры, такие регионы, как Северная Африка и Африка к югу от Сахары делают гораздо меньший вклад.

Индустрия путешествий и туризма процветала в течение последнего десятилетия: доходы от туризма достигли 1,16 трлн долларов в 2013 году, более чем удвоившись с 2000 года, когда эта цифра составляла около 475 млрд. рублей.

Что касается туристских расходов, в 2013 году лидировал Китай с суммой международных туристических расходов в 128.6 млрд долларов США. В контексте городов, туристы в Лондоне тратят больше всех, за ними идут те, кто посещает Нью-Йорк и Париж.

Неразрывно связана с путешествиями и туризмом гостиничная индустрия, доходы которой продолжают расти - 550 млрд долларов в 2016 году. Самой высокой среднесуточной прибылью

характеризуются отели Ближнего Востока, а самой низкой - Северной Африки. В 2015 году средняя суточная норма прибыли для отелей в Америке составляла 120.88 долларов.

Значение туризма в глобальном мире постоянно растет и возрастает влияние данной сферы на экономику. И это не случайно, ведь экономика многих стран напрямую зависит от туризма. Например, в Египте, туристическая отрасль вторая по обороту после нефтяного сектора.

Развитие туризма в странах, вне зависимости от уровня их экономического развития, приводит к увеличению численности занятых. В данных, приводимых Международным бюро труда утверждается, что в туристской сфере во всем мире заняты боле 250 млн. человек, а половина из них – в гостиничном бизнесе. Поэтому такое воздействие туризма на занятость может стать определяющим для многих небольших стран, которые существенно зависят от данного сектора экономики.

Общий вклад туризма в занятость включает в себя прямой, косвенный и индуцированный вклады. **Прямой вклад туризма в занятость** - это занятость в гостиничном хозяйстве, туристических агентствах, транспортной сфере, а также в сферах общественного питания и досуга в случае предоставления услуг напрямую туристам. Исчисляется как количество рабочих мест в туристической индустрии и их доля в общем объеме занятости.

Косвеный вклад туризма в занятость - это количество рабочих мест, созданных для обеспечения формирования косвенного вклада туризма в ВВП.

Индуцированный вклад туризма в обеспечение занятости - это количество рабочих мест, созданных благодаря доходам, полученным от прямо или косвенно занятых в индустрии туризма.

Рассмотрим приведенные в таблице 1 общий и прямой вклады туризма в занятость по странам, где эти показатели наиболее значительны:

***Таблица 1**. Общий и прямой вклад туризма в занятость по странам в 2016 году*

№	Страна	Общий вклад туризма в занятость (тыс. человек)	Прямой вклад туризма в занятость (тыс. человек)
1.	Китай	69 527,7	25 394,7
2.	Индия	40 343,0	23 680,6
3.	США	14 206,8	5 485,8
4.	Мексика	8 659,2	4 059,3
5.	Филиппины	7 357,2	2 219,0
6.	Бразилия	7 003,2	2 530,3
7.	Пакистан	3 550,4	1 337,7
8.	Россия	3 365,4	869,4
9.	Италия	2 867,0	1 246,1
10.	Франция	2 790,9	1 180,3

Источник: World Travel and Tourism Council Data

В таблице 1 приведено ранжирование по общему вкладу туризма в занятость. Как следует из данных таблицы, наибольший вклад туризма в занятость, как прямой, так и общий демонстрирует четверка стран: Китай, Индия, США и Мексика. Так, прямой вклад Китая - 25 394,7 тыс. человек, Индии — 23 680,6 тыс. человек, США - 5 485,8 тыс. человек, Мексики - 4 059,3 тыс. человек. То есть, можно заметить, что лидируют самые многонаселенные страны мира. Однако, Россия, хоть и обладает численностью населения в 146 838 993 человек, но прямой вклад туризма в занятость у нее в 29 раз меньше, чем у лидирующего Китая, в 27 раз меньше, чем у Индии и в 6раз меньше, чем у США — 869,4 тыс. человек.

Рассмотрим рисунок 3, на котором отражен прямой вклад туризма в занятость по странам в процентах от общей занятости.

Как видно из рисунка 3, наибольший процент занятости в сфере туризма и путешествий демонстрируют небольшие островные государства: на Багамах в туристической отрасли занято 27, 3% всего трудоспособного населения, на Сейшельских островах на 1, 1% меньше — 26,2%, на острове Макау — 25,8%. На таких популярных среди туристов всего мира направлениях, как Мальдивы — 19,7% работающих задействованы в туристической сфере, Мальта — 15,5%, Фиджи — 13%, Греция — 11,5%. В этих странах туристический бизнес - практически единственная статья дохода государственного бюджета.

Быстрые темпы развития отрасли способствуют росту капитальных инвестиций и экспортных поступлений, созданию новых рабочих мест. Туризм формирует 5% общего объема мирового ВВП и 7% количества рабочих мест в мире.

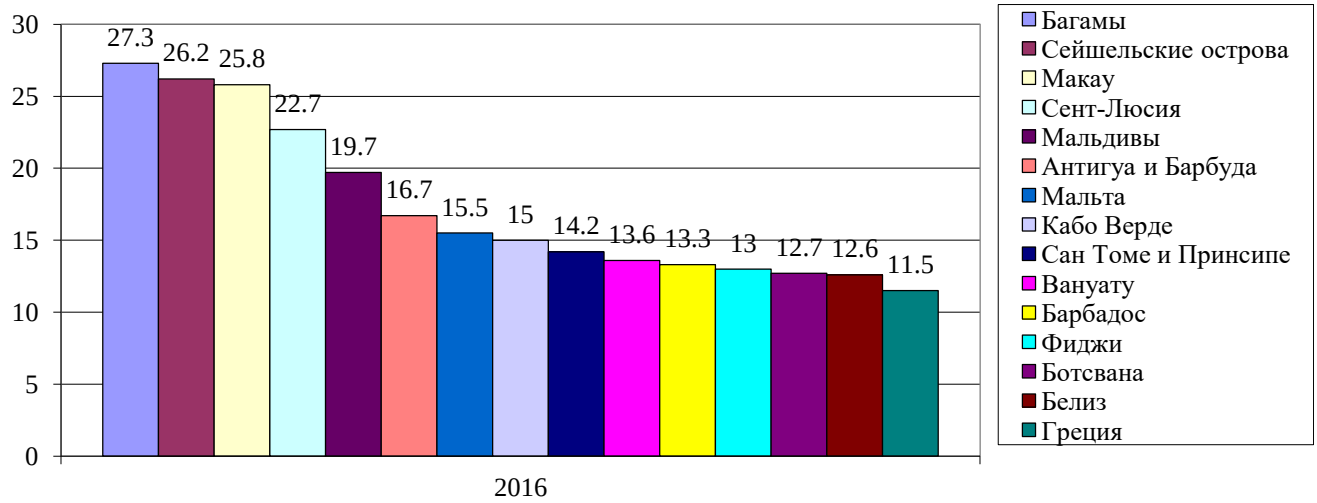


Рис. 3. *Прямой вклад туризма в занятость по странам (доля, %) в 2016 году. Источник: Составлено автором на основе данных World Travel and Tourism Council*

Как отмечают в ЮНВТО, спрос на зарубежные путешествия варьируется в зависимости от исходных рынков. В первой половине 2016 г. Китай остался самым крупным исходящим рынком в

мире, показав двузначный рост расходов на зарубежные поездки (+20% в первом квартале 2016 г.). Благодаря сильному доллару рынок США, второй по величине, продемонстрировал увеличение расходов на выездной туризм на 8%. Между тем расходы на международный туризм в России и Бразилии по-прежнему остаются слабыми ввиду экономических трудностей и обесценившихся валют на обоих рынках.

Особенностью глобализации является и регионализация мировой экономики. Системной характеристикой глобальной экономики является внутреннее подразделение на регионы. Например, как видно из рисунка 1, в сфере международной торговли туристическими услугами можно выделить 4 региона: Европу, Азию и Океанию, Ближний Восток и Америку. По мнению специалистов, эти регионы и в будущем будут оставаться лидерами по количеству туристских прибытий.

Процессы глобализации приводят к стиранию национальных отличий, потере индивидуальности и самобытности, этнической идентификации, что особенно негативно сказывается на развитии отдельных видов рекреации и туризма. Сохранению разнообразия дестинаций, их местной специфики, способствует обратный глобализации процесс – регионализация.

Регионализация характеризуется как развитие, укрепление экономических, политических и иных связей между областями или государствами, входящими в один регион; возникновение региональных объединений государств. Регионализм определяется как подход к рассмотрению и решению экономических, социальных, политических и других проблем под углом зрения интересов и потребностей того или иного региона.

Одна из характерных черт глобализации – концентрация капитала в руках крупных транснациональных монополий. Туристские ТНК играют важную роль в формировании и развитии мирового рынка туризма. Открывая филиалы за границей, они внедряются в экономику принимающих стран, а сами страны вписываются в интернационально организованные этими корпорациями производства турпродуктов.

Ярким примером влияния глобализации на сферу туризма можно считать изменения в сегменте авиаперевозок, которые стали более открыты, что позволило войти на рынок частным перевозчикам. Формирование международных альянсов, приватизация и реструктуризация государственных авиакомпаний также современные тренды. Крупные авиаперевозчики разработали автоматизированные системы бронирования, такие как CRS и GDS, которые, с одной стороны, облегчили процессы бронирования перелетов, а с другой, стали одним из инструментов маркетинга в международном туризме.

Примеры глобализации в секторе размещения включают создание отельных цепей, франчайзинг, появление управляющих компаний, создание консорциумов независимых отелей.

Среди крупных международных гостиничных цепей следует выделить такие как: Intercontinental Hotels (Соединенное Королевство); Accor (Франция); Cendant, Marriott и Starwood Hotels и Resorts (США).

Эти корпорации представлены в различных странах по всему миру. Например, Marriott International купил более 50% Renaissance Hotel Group и в настоящее время управляет более чем 1300 отелями различных брендов по всему миру. Four Seasons Hotels использовали стратегическое партнерство с Regent International Hotels Ltd., чтобы взять на себя управление отелей в Бангкоке, Гонконге, Куала-Лумпуре, Мельбурне и Сиднее.

Туроператоры и турагентства все чаще выступают партнерами / или интегрированы с гостиницами, чартерными авиакомпаниями, дистрибьюторами и круизными компаниями. Примером может служить немецкая группа TUI, мировой лидер в туризме. Эта интегрированная компания владеет рядом туристических агентств, туроператоров, авиакомпаний, круизных судов и отелей в более чем 30 странах мира.

Под влиянием глобализации изменяется и портрет туриста, его предпочтения и потребности. Потребители стали более зависимыми от информационных технологий. Новый потребитель стал более самодостаточным, однако требует индивидуального подхода к туристскому обслуживанию и сервисам. Важными для современных путешественников становятся вопросы безопасности. Растет спрос на эко-туризм, а также уникальные и необычные туристские маршруты.

Появляются новые виды туризма, которые имеют огромный потенциал для развития в будущем, такие как культурный туризм, велнесс и спа-туризм, отдых, приближенный к природе, образовательный туризм, гастрономический туризм, фототуризм, волонтерство, паратуризм и другие. Эти новые виды туризма требуют новых подходов к организационным процессам и повсеместному внедрению инноваций.

Выводы

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Современные процессы глобализации экономики затронули и туризм. Системы бронирования или резервирования стали более гибкими и экономически эффективными; снизились затраты на путешествия воздушным транспортом, повысился спрос на новые туристические услуги. Изменились инструменты маркетинга и продаж, которые в настоящее время все больше переходят в онлайн среду. Интернет сделал путешествия по всему миру более доступными при гораздо меньших затратах.

2. Масштабы туризма с развитием глобализации становятся все шире: в 2015 году всего было зафиксировано 1067,7 млн. международных туристских прибытий, из которых более половины пришлось на Европу, 279,2 млн. - на Океанию, 127,6 млн. - на Северную Америку и 53,3 млн. - на Ближний Восток. В глобальном мире туризм является существенным источником доходов и занятости населения. Туризм и путешествия обеспечивают вклад в мировую экономику на сумму более 8 трлн. долларов ежегодно.
3. В небольших островных государствах туристический бизнес - практически единственная статья дохода государственного бюджета. Так, на Багамах в туристической отрасли занято 27, 3% всего трудоспособного населения, на Сейшельских островах — 26,2%, на острове Макау — 25,8%.
4. Особенностью глобализации является и регионализация мировой экономики. В сфере международной торговли туристическими услугами можно выделить 4 региона: Европу, Азию и Океанию, Ближний Восток и Америку. По мнению специалистов, эти регионы и в будущем будут оставаться лидерами по количеству туристских прибытий
5. Одна из характерных черт глобализации в туризме – концентрация капитала в руках крупных транснациональных компаний. Туристские ТНК играют важную роль в формировании и развитии мирового рынка туризма.
6. Под влиянием глобализации изменяется и портрет туриста, его предпочтения и потребности. Потребители стали более зависимыми от информационных технологий.

Список литературы

1. Мировой атлас данных. (2017). [Электронный ресурс] (Дата обращения: 08.04.17) Режим доступа: http://knoema.ru/atlas/topics/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC
2. UNWTO Annual Report. (2015). [Электронный ресурс] (Дата обращения: 08.04.17). Режим доступа: http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2015
3. Туризм в контексте глобализации и современного экономического кризиса. (2017). [Электронный ресурс] (Дата обращения: 08.04.17) Режим доступа: https://www.bygeo.ru/novosti/vse-ob-otdyhe-i-tyrizme/2601-turizm-v-kontekste-globalizacii-i-sovremennogo-ekonomicheskogo-krizisa.html
4. Левченко, Т. П.; Янюшкин, В. А.; Рябцев, А. А. (2014). Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере. *Монография*. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 162 с. [Электронный ресурс] (Дата обращения: 08.04.17) Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424145

РЕБЕНОК КАК СУБЪЕКТ ЖИЗНЕТВОРЧЕСТВА И HOMO LUDENS

Литвиненко Татьяна

Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова, Киев, Украина

Аннотация. В статье выяснено понятие жизнетворчества. Отслежено место игры в процессе жизнетворчества ребенка. Обоснована необходимость перехода от воспитания к самовоспитанию, как показателя становления субъектности ребенка в начале его жизнетворчества. Определена роль воспитателя в процессе становления личности. Субъектность рассматривается как сложная характеристика человека и выражается самостоятельностью, активностью, способностями к самоанализу и саморегуляции, умением превращать себя и действительность. Проанализирована концепция игры и утверждение, что ребенок - HomoLudens. Считаем, что важнейшим условием конструктивного субъект субъектного взаимодействия является степень развития субъектности ребенка. Отношение к ребенку как к субъекту, носителю индивидуальной и личностной активности, создание условий для его саморазвития и жизнетворчества является главным признаком гуманного личностно-ориентированного воспитания.

Ключевые слова: ребенок, жизнетворчество, игра, субъектность ребенка, философия образования.

Постановка проблемы

Реалии современного мира обозначены глубинными трансформациями, которые охватили все сферы общественной жизни и жизни человека. Они связаны с процессами информатизации, глобализации, информационной революции и т.д. и свидетельствуют о формировании общества принципиально нового типа. Такое общество характеризуется разрушением устойчивых социальных структур, отсутствием магистральных направлений дальнейшего развития (Ганаба, 2015) .

Трансформационные процессы, происходящие в образовательно-воспитательном пространстве Украины, на первый план выдвигают проблему ребенка как реального субъекта исторического процесса и собственной жизнетворчества. В условиях глобализации общества основным измерением, сущностью действенных преобразований является развитие личности, создание условий для выявления и раскрытия всех ее потенциалов (Хоменко, 2013). Поэтому проблема жизнетворчества ребенка приобретает особую актуальность.

Анализ научной литературы

Проблема субъектности является предметом междисциплинарных поисков отечественных и зарубежных ученых и исследовалась как предмет философского осмысления в трудах М. Бахтина, Н. Бердяева, В. Вернадского, В. Зеньковского, А. Камю, Ж. Сартра, В. Соловьева, П. Флоренского, Э. Фромма (Хоменко, 2013). Поэтому К этой теме обращались также такие известные украинские исследователи, как В. Андрущенко, И. Бычко, И. Бех, П. Гайденко, Л. Кияшенко, В. Кремень,.

Максименко, В. Пазенок, М. Попович, И. Предборская, Т. Розовая, В. Шинкарук, В. Ярошовец, и многие другие (Хёйзинга, 1997).

Важное место проблема игры занимает в творчестве Платона в связи с идеей прекрасного и блага. Аристотель развивает демиургической аспект игры. Кант начинает новую лудологичну традицию, где игровое выступает как коррелят субъективности. Ф. Шилер отмечает существовании прекрасного в форме игры. За С. Кьеркегора, игра является выражением творческой и свободной деятельности, изначально присущей человеку. И. В. Гете рассматривает игру как жизненную энергию сущности человека, Й. Хейзинга (1997) - как высшее проявление человеческих форм деятельности. Среди философов-постмодернистов в контексте данного исследования выделим доработки Ж.Батая, Ж. Деррида, У. Эко, Ю. Кристевои, Ж.-Ф. Лиотара, М. Фуко. Украинский исследователь Я. Билык изучает игровой феномен в культуре, М. Бойченко анализирует игру как проблему социальной философии. Однако проблема игры в жизнетворчестве ребенка является малоисследованной и требует дальнейших научных исследований (Серга, 2014).

Целью статьи является обоснование необходимости перехода от воспитания к самовоспитанию, как показателя становления субъектности ребенка в начале его жизнетворчества и место игры в этом процессе.

Изложение материала

Следует отметить, что в период перманентных изменений одной из задач философии образования является содействие развитию способности ребенка овладеть искусством жизни. Это определяет новую миссию образования и воспитания, задает новые ценностно-смысловые горизонты, направления практической их реализации, перед образовательными учреждениями ставит задачу предложить стратегии создания человеком себя, способности построить собственную жизнь, исходя из особенностей собственного духовного мира, мировоззренческих целей, устремлений. Они помогут ребенку научиться проектировать собственную жизненную траекторию. Образование и воспитание должно пониматься для ребенка не просто подготовкой к жизни, а стать самой жизнью. Она призвана стать средой, которая бы способствовала осознанию ребенком самого себя как самоценности, развивало у него умение заботиться о себе как личности. Главным является ориентация образования и воспитания на формирование у личности способности к самовыражению, самореализации с помощью собственных рефлексивных усилий, то есть до жизнетворчества (Ганаба, 2015).

С. Ганаба (2015) утверждает, что жизнетворчество реализуется естественным образом во всех общественных контекстах и жизненных практиках ребенка. Предметом жизнетворчества является не только внешний, но и внутренний мир ребенка, поскольку он постоянно выстраивает

свою жизнь в соответствии с той системой ценностей и мировоззренческих ориентиров, которыми располагает и которые в себе лелеет (Ганаба, 2015).

Важным является процесс становления субъектности ребенка в жизнетворчестве. На этом остановимся подробнее. В своих научных поисках А. Хоменко (2013) утверждает, что философия рассматривает субъектность как качественную характеристику человека, в процессе взаимодействия с миром овладевает различными видами и формами деятельности, детерминируя одновременно свое собственное развитие, а категория субъектности в воспитании определяется как активное, целеустремленная, инициативная, творческая и конструктивная позиция личности в повседневной жизнедеятельности (Хоменко, 2013). Важным условием, обеспечивающим развитие субъектности личности, является построение субъектсубъектных отношений между участниками образовательного процесса. Установлено, что субъект субъектные отношения в образовании способствуют актуализации ребенка, раскрытию его новых возможностей, способностей и функций. Процесс развития субъектности ребенка должен осуществляться в рамках таких отношений. При этом степень развитости субъектности ребенка, является важнейшим условием конструктивного субъект субъектного взаимодействия. Таким образом, субъектность как сложная характеристика человека выражается самостоятельностью, активностью, способностями к самоанализу и саморегуляции, умением превращать себя и действительность (Хёйзинга, 1997).

В результате правильно организованного процесса воспитания у ребенка появляется способность к самовоспитанию и происходит развитие субъектности, которая в свою очередь становится основой жизнетворчества личности. Пожалуй, именно акцент на развитие субъектности ребенка и может стать той ведущей идеей, которая может объединить потребности общества и самой личности, выйти на новый уровень своей жизнедеятельности. Напомним, что «субъект» имеет три базовые характеристики - свобода, уникальность, активность. Но взрослые должны не просто обозначать и беречь уникальность ребенка, стимулировать его активность и предоставлять свободу действий, но делать это в системе, сбалансированной интересами других - чтобы свобода не превратилась в безответственность, уникальность - в изоляцию, а активность - в агрессивное нарушение чужих границ . Развитие субъектности ребенка - это прежде всего саморазвитие, саморегуляция, самопознание. То есть, основные усилия ребенка (в контексте этой идеи) необходимо направить на самотворение себя, сделать его автором своей собственной жизни, используя ту ситуацию и те ресурсы, в которых он находится в каждый момент своего бытия. А задача взрослых - помочь ему в этом процессе заботливым и ненасильственным способом (Хёйзинга, 1997).

Полностью согласны с А. Хоменко (2013), что процесс становления субъектности личности - многоуровневый процесс, который предполагает восхождение ребенка от предметного

мира - в мир иной, что выступает условием человеческого бытия - к философскому осмыслению мира в целом и к восхождению к самому себе. Субъектность личности ребенка невозможно развивать без наличия субъектности личности воспитателя, так как он, осознавая себя носителем воли, гуманных отношений, общения и деятельности обладает способностью выстраивать субъектную позицию во взаимодействии с ребенком. Без этого невозможна реализация идеи гуманистического воспитания в учебно-воспитательный процесс современных учебных заведений. Также воспитания на основе принципа субъектности требует от воспитателя содействие ребенку в осмыслении собственных действий и поступков, предусмотренные их последствий для других людей и своей жизни, осознании собственного "Я", в целом помогает в осуществлении ребенком осмысленного выбора жизненных решений. На внешнем уровне построение воспитательного процесса на основе принципа субъектности предусматривает предоставление ребенку свободы в выборе средств, форм и методов жизнетворчества путем создания атмосферы доверия, сотрудничества и взаимопомощи. Нужно отметить, что как собственный проект, человек существует настолько, насколько способный реализовать себя как субъект культуры, исторического процесса, собственной жизни. Поэтому обучение жизнетворчества является целью гуманного взаимодействия воспитателя и ребенка (Хоменко, 2013).

В формировании такой сложной и тонкой системы, как социальный опыт человека, важна не сила внешнего воздействия сама по себе, а соответствующая самоорганизация и самоопределение личности в этом внешнем воздействии. Система воспитания как педагогическая организация процесса овладения личностью социальным опытом должна исходить из понимания многокомпонентности этой системы опыта, сменности всех ее составляющих, доминировании в ней такого компонента, как самоопределение личности (Хёйзинга, 1997).

Зачатки самовоспитания можно обнаружить уже в процессе непосредственного приспособления ребенка к внешним требованиям, в самоисправлении поступков, стремлением ребенка изменить конкретные формы своего поведения, но не качества личности. Ребенок, решая исправиться, не имеет еще необходимости изменения собственных свойств, а подразумевает лишь совершение определенных поступков или отказа от них: не обижать товарищей, не разговаривать на занятиях, готовить домашнее задание, заниматься трудом по самообслуживанию и тому подобное. Он еще не устанавливает связи между поведением и своими достоинствами или недостатками, не осознает своих качеств. Однако, хотя такая связь еще не устанавливается, ребенок благодаря оценке взрослых знает, за какие поступки его называют «хорошим», одобряют, а за какие - осуждают. Поэтому, исправляя свое поведение, чтобы стать «хорошим», он, по сути, является неосознанным желанием изменить себя, что вносит в самоисправления поступков зачатки самовоспитания. Зарождаясь в самоисправлении поступков, явление самовоспитания вызревает по

мере установления связей между поступками и качествами человека, осознания им своей личности. Путь установления этих связей лежит через качественную характеристику детьми своих поступков к осознанию своей личности и своих качеств как причин этих поступков. Изменение позиции ребенка во взаимодействии с окружающим миром, стремление стать более самостоятельным по отношению к нему и в этом плане противопоставления ему своих возможностей, качеств личности способствуют их выделению из субъективной единства с внешним миром. Таким образом, субъектность как сложная характеристика человека выражается самостоятельностью, активностью, способностями к самоанализу и саморегуляции, умением превращать себя и действительность (Хёйзинга, 1997).

Важное место в процессе становления субъектности ребенка в начале его жизнетворчества занимает игра. Одним из важнейших произведений, посвященных значению игры, является труд нидерландского философа Иоганна Гейзинги "Homoludens" ("Человек играющий»). Он характеризует игру как «некую свободную деятельность, которая осознается как" ненастоящая », не связанная с обыденное жизнью и тем не менее могущая полностью захватить играющего; которая не обусловливается никакими материальными интересами или доставляемое пользой; которая протекает в особо отведенном пространстве и времени, упорядоченно и в согласовании с определенными правилами и вызывает к жизни общественные объединения… » (Хоменко, 2013, с. 21).

Я. И. Голяченко и др. (2012) исследуя формирование мировоззрения ребенка с помощью игры, утверждают, что игра расширяет кругозор ребенка, кардинально влияет на его чувства, воображение, восприятие действительности. Мировоззрение - это система представлений человека о мире, месте человека в мире, отношение человека к миру, и к самому себе. Мировоззрение содержит знания, убеждения, ценности, идеалы, организованы в единую систему, центром которой всегда выступают представления человека о себе. В ходе игры дети овладевают опыт взаимодействия с окружающим миром, усваивают моральные нормы, способы практической и умственной деятельности, выработанные многовековой историей человечества. В игре решается противоречие между возросшими потребностями и запросами ребенка и ограниченностью его возможностей. Так же в этом виде деятельности находят выражение стремления к самостоятельности, активному участию в жизни взрослых, потребность в познании окружающего мира, активных движениях, а также потребность в общении (Голяченко, 2012).

Выводы и результаты исследования

Отношение к ребенку как к субъекту, носителя индивидуальной и личностной активности, создание условий для его саморазвития является главным признаком гуманного личностно

ориентированного воспитания. Характер взаимодействия воспитателя и воспитанника в учебно-воспитательном процессе детерминирует восхождение личности ребенка с приоритетами собственного мира ценностей и ценностей общества, способствует приобретению значимых качеств, жизненных позиций. Результативность этого процесса оказывается в последовательных положительных изменениях, происходящих в поле общения, деятельности, поведения и отношений ученика - его личностном росте. Воспитание в этом контексте осуществляется как процесс педагогической помощи ребенку в становлении его субъектности, культурной идентификации, социализации, жизненном самоопределении (Хоменко, 2013).

Концепция дошкольного образования XXIст. - это образование жизнетворчества, поликультурного воспитания, образование, работает на гуманных принципах и определяет своим приоритетом развитие личности, способной выступать активным субъектом собственной жизнедеятельности.

Список литературы

1. Ганаба, С. (2015). Концепция «жизнетворчества» в проблемном поле философии образования. Научные записки Национального университета «Острожская академия», Серия «Философия». 18, с. 112- 116. Режим доступа: http://eprints.oa.edu.ua/4009/1/20.pdf
2. Голяченко, Я. (2012). Формирование мировоззрения ребенка дошкольного возраста через восприятие игрушки. Инновационный опыт педагогов дошкольного и начального образования Житомирщины. 4, с. 70-75. Режим доступа: http: //eprints.zu.edu.ua/13412/1/Tarnavska2_2012.pdf
3. Радченко, О. Б. (2006). Креативный потенциал игровых элементов в этике постмодернизма. Вестник Прикарпатского университета. *Философские и психологические науки*. Вип.-Ивано-Франковск: Плай. Режим доступа: http: //narratif.primordial.org.ua/radchenko01.htm
4. Серга, Т. А. (2014). Воспитание и самовоспитание как основы жизнетворчества личности. Научный журнал НПУ имени М. П. Драгоманова. Серия 19: *Коррекционная педагогика и специальная психология*. 25, с. 176-183. Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_019_2014_25_25.
5. Хёйзинга, И. (1997). HomoLudens; Статьи по истории культуры. Пер., Сост. и Х 35 вступление. ст. Д.В. Сильвестрова; Коммент. Д. Э. Харитоновича М .: Прогресс - Традиция.
6. Хоменко, А. (2013). Субъектность как ведущий принцип воспитания личности. Педагогические науки, 3 (59). с.16-21.Режим доступа: http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2628/1/Homenko.pdf

SPORTO MOKYKLŲ TRENERIŲ DARBO MOTYVACIJOS VERTINIMAS (KAUNO M. MOKYKLŲ PAVYZDŽIU)

Maciulevičius Laurynas, Fominienė Vilija Bitė, Maciulevičienė Edita

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Žmogiškųjų išteklių vadyba šiuo metu labiausiai kreipia dėmesį į motyvaciją, kuri tolygiai svarbi ir organizacijos vadovams, ir jos darbuotojams. Tai tarsi uždaras ratas, kur vyraujant tinkamai motyvacijai ir darbo sąlygoms, darbuotojai atlieka užduotis efektyviau, o organizacija – tikslingai siekia savo užsibrėžtų tikslų. Motyvaciją sudaro daugybė vidinių ir išorinių veiksnių, kurie darbuotoją skatina būti iniciatyviu ir stengtis kuo geriau dirbti. Taigi efektyvus motyvavimas kiekvienai organizacijai vienaip ar kitaip tampa sėkmės garantu. Darbo tikslas – įvertinti sporto mokyklų trenerių darbo motyvaciją (Kauno m. sporto mokyklų pavyzdžiu).

Tyrimo metodai. Pagrindinis tyrimo metodas – anketinė apklausa. Anketa sudaryta iš demografinio bloko ir klausimyno, kuris skirtas įvertinti trenerių vidinę – išorinę motyvaciją. Atsakydami į vidinės – išorinės motyvacijos klausimyną (30 teiginių) respondentai savo nuomonę išreiškė sureitinguodami kiekvieną teiginį ir priskirdami tik vieną raidę gaunant atitinkamus balus. Balų suma už teiginių įvertinimą, leidžia nustatyti pagal metodikos ribas motyvacijos lygį. Trisdešimt anketos teiginių yra sudaryti remiantis T. Amabile parengta skale (Work Preference Inventory) (pgl. Aamodt, 2004). Duomenys buvo apdoroti naudojant Statistinių duomenų apdorojimo programą (SPSS for Windows 19.0). Duomenų analizei buvo taikyta aprašomoji statistika, grafinis duomenų vaizdavimas; kokybinių požymių tarpusavio priklausomumui vertinti buvo taikomas chi kvadrato (χ^2) kriterijus; rezultatai buvo laikomi statistiškai reikšmingais, jei paklaidos tikimybės reikšmė $p < 0,05$.

Rezultatai ir išvados. Tirtų sporto mokyklų trenerių vidinė motyvacija yra aukštesnio lygio už išorinę. Vidinės motyvacijos vidurkis yra aukštesnis vyrų ir atitinka aukštą lygį. Buvo nustatyta, kad aukščiausius vidinės motyvacijos balų vidurkius turi 26 – 45 metų amžiaus treneriai, dirbantys iki 5 metų, nuo 5 iki 15 metų arba 36 ir daugiau metus, taip pat turintys žemiausią kvalifikacinę kategoriją. Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis buvo nustatytas 26 – 35 m. amžiaus trenerių, turinčių darbo stažą iki 5 metų arba dirbančių 36 ir daugiau metus bei turinčių aukščiausią kvalifikacinę kategoriją.

Raktiniai žodžiai: motyvas, motyvacija, sporto mokykla, treneris.

Įvadas

Organizacijų valdyme daug dėmesio skiriama žmogiškiesiems ištekliams, nes tai yra viena iš svarbiausių organizacijos sudedamųjų dalių, užtikrinančių organizacijos veiklą ir valdymą. Taigi vienas iš esminių visų sporto organizacijų uždavinių yra motyvuotas, konkurencingas darbuotojas. Motyvacija yra vienas pagrindinių aspektų, kurį, tinkamai naudojant, galima pasiekti aukštų rezultatų. Visgi norint užtikrinti kuo didesnį darbuotojų veiklos efektyvumą bei kokybę, reikia juos tinkamai motyvuoti. Pasak A. Jurkausko (2006), svarbus poveikio žmogui veiksnys yra efektyvus jo veiklos skatinimas.

Motyvacija gali būti suprantama kaip darbuotojo atliktų užduočių tinkamas įvertinimas. Motyvuotas darbuotojas jaučiasi komfortiškai darbo vietoje ir stengiasi kokybiškai atlikti jam skirtas užduotis, o už papildomą darbą dar ir skatinamas organizacijai priimtinomis priemonėmis. Motyvacija kaip pagalbininkas padeda darbuotojams ir darbdaviams gauti abipusės naudos ir pasitenkinimo, kur darbuotojai gauna atlygį už veiklą, o organizacija – lengviau pasiekia savo tikslus.

Temos aktualumas. Žmogiškųjų išteklių vadyba šiuo metu labiausiai kreipia dėmesį į motyvaciją, kuri tolygiai svarbi ir organizacijos vadovams, ir jos darbuotojams. Tai tarsi uždaras ratas, kur vyraujant tinkamai motyvacijai ir darbo sąlygoms, darbuotojai atlieka užduotis efektyviau, kūrybingiau ir

profesionaliau, o organizacija – tikslingai siekia savo užsibrėžtų tikslų. Priešingu atveju, abi pusės lieka nepatenkintos ir nėra galimybės konkurencijai ir tobulėjimui. Motyvaciją sudaro daugybė vidinių ir išorinių veiksnių, kurie darbuotoją skatina būti iniciatyviu ir stengtis kuo geriau dirbti. Taigi efektyvus motyvavimas kiekvienai organizacijai vienaip ar kitaip tampa sėkmės garantu.

Darbo tikslas – įvertinti sporto mokyklų trenerių darbo motyvaciją (Kauno m. sporto mokyklų pavyzdžiu).

Tyrimo metodai ir organizavimas

Tyrimas buvo vykdomas 2017 m. pavasarį keturiose Kauno miesto sporto mokyklose, laiką ir vietą iš anksto suderinus su sporto mokyklų administracija ir treneriais. Tiriamąją imtį sudarė 151 treneris (80 moterų ir 71 vyras). Imtis sudaryta atsitiktinės atrankos metodu. Buvo išdalinta 160 anketų, iš jų sugrįžo 151 anketa (94 proc.). Išsamiau kiekybinė tiriamųjų charakteristika pateikta pirmoje lentelėje.

1 lentelė. *Kiekybinė tiriamųjų charakteristika*

Požymiai		**N**	**Procentai**
Lytis	Moteris	80	53,0
	Vyras	71	47,0
Amžius (metai)	18 - 25	5	3,3
	26 - 35	29	19,2
	36 - 45	68	45,0
	46 – 55	24	15,9
	Virš 56 metų	25	16,6
Kvalifikacinė kategorija	Pirma/antra	91	60,3
	Trečia/ketvirta	46	30,5
	Penkta/šešta	14	9,2
Išsilavinimas	Aukštesnysis	0	0,0
	Aukštasis (ne universitetinis)	0	0,0
	Aukštasis (universitetinis, bakalauras)	109	72,0
	Aukštasis (universitetinis, magistras ir daugiau)	42	28,0
Darbo stažas	iki 5 m.	5	3,3
	5-15 m.	43	28,5
	16-25 m.	56	37,0
	26-35 m.	28	18,5
	36 ir daugiau	19	12,6
Šeimyninė padėtis	Nevedęs/netekėjusi	39	26,0
	Vedęs/ištekėjusi	64	42,0
	Išsiskyręs (-usi)	48	32,0

Pagrindinis tyrimo metodas – anketinė apklausa. Anketa sudaryta iš demografinio bloko ir klausimyno, kuris skirtas įvertinti trenerių vidinę – išorinę motyvaciją. Atsakydami į vidinės – išorinės motyvacijos klausimyną (30 teiginių) respondentai savo nuomonę išreiškė sureitinguodami kiekvieną teiginį ir priskirdami tik vieną raidę gaunant atitinkamus balus (N – niekada arba beveik niekada (1 balas), K – kartais (2 balai), D – dažnai (3 balai), V – visada arba beveik visada (4 balai)). Balų suma už teiginių

įvertinimą, leidžia nustatyti pagal metodikos ribas motyvacijos lygį. Trisdešimt anketos teiginių yra sudaryti remiantis T. Amabile parengta skale (Work Preference Inventory) (pgl. Aamodt, 2004). Nors teiginiai apima bendras motyvacines orientacijas, visų pirma, jie buvo nukreipti į respondentų darbą. Tyrimas grįstas geranoriškumo ir konfidencialumo principais. Tiriamųjų buvo paprašyta pareikšti savo požiūrį į pateiktus klausimus, paaiškinant, kad jų atsakymai nebus skelbiami, nes tyrimui svarbios grupinės tendencijos.

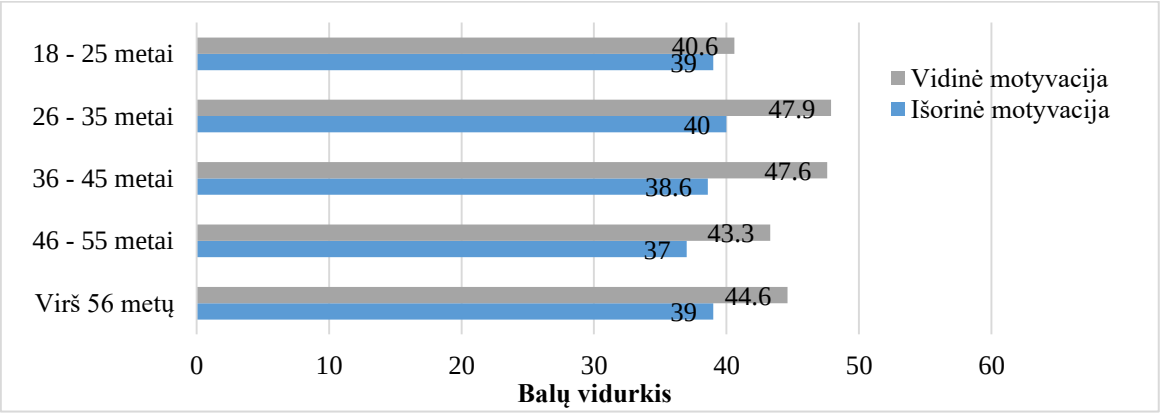
Duomenys buvo apdoroti naudojant SPSS (Statistical Package for Social Sciense) Statistinių duomenų apdorojimo programa (SPSS for Windows 19.0). Anketinės apklausos metu surinktų duomenų analizei buvo panaudoti šie statistikos metodai: aprašomoji statistika – dažniai, skaitinės charakteristikos, grafinis duomenų vaizdavimas; kokybinių požymių tarpusavio priklausomumui vertinti buvo taikomas chi kvadrato (χ^2) kriterijus; rezultatai buvo laikomi statistiškai reikšmingais, jei paklaidos tikimybės reikšmė $p < 0,05$.

Rezultatai

Atlikto tyrimo duomenys atskleidė, kad trenerių vidinės motyvacijos vidurkis 48,0 balai, o išorinės – 39,0 balai. Tai rodo, kad trenerių subjektyviai įvertinta vidinė motyvacija yra aukščiausio lygio, o išorinė motyvacija – aukštesnio negu vidutinio lygio.

Analizuojant sporto mokyklų trenerių, dalyvavusių tyrime vidinės motyvacijos veiksnius pagal lytį, buvo nustatyta, kad vyrų vidinės motyvacijos vidurkis yra aukštesnis negu moterų (atitinkamai 48,6 ir 47,5 balai), t. y. vyrų - aukštas lygis, o moterų – aukščiau vidutinio lygio. Išorinės motyvacijos vidurkis buvo aukštesnis šiek tiek moterų negu vyrų (atitinkamai 39,1,6 ir 37,8 balai), t. y. moterų - aukščiau vidutinio lygio, o vyrų - vidutinio lygio. Statistiškai reikšmingų skirtumų tarp vidinės ar išorinės motyvacijos ir lyties nenustatyta.

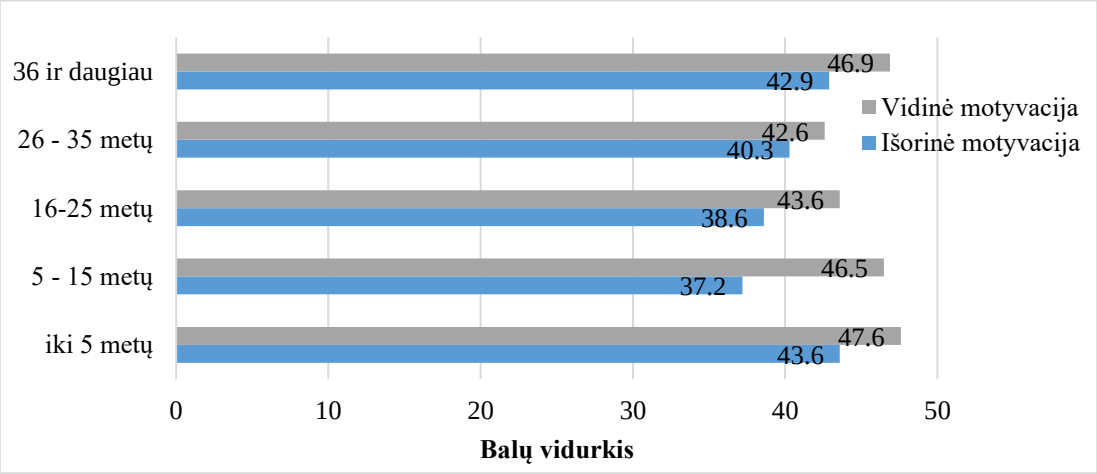
Analizuojant vidinės motyvacijos veiksnius pagal amžių, buvo nustatyta, kad 26 – 45 metų amžiaus treneriai turi aukščiausius balų vidurkius lyginant su jaunesnių ar vyresnių amžiaus grupių tiriamaisiais (1 pav.).



1 pav. *Tiriamųjų vidinės ir išorinės motyvacijos vidurkių balais pagal amžių skirstinys*

Pirmame paveiksle pateikti duomenys rodo, kad aukščiausias vidinės motyvacijos balų vidurkis buvo nustatytas 26 – 35 m. ir 36 – 45 metų amžiaus respondentų tarpe (atitinkamai 47,9 balai ir 47,6 balai.), o žemiausias – 18 – 25 metų amžiaus trenerių (40,6 balai). Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis buvo nustatytas 26 – 35 m. amžiaus tiriamųjų (40 balų), kiek žemesnis pastebėtas jauniausioje ir vyriausioje amžiaus grupėse (atitinkamai po 39 balus), o žemiausias – 46 –55 metų tiriamųjų (37 balai).

Analizuojant tyrime dalyvavusių trenerių vidinę ir išorinę motyvaciją, svarbu buvo išsiaiškinti, kaip motyvacijos vidurkiai pasiskirstė pagal darbo stažą (2 pav.).



2 pav. *Tiriamųjų vidinės ir išorinės motyvacijos vidurkių balais pagal darbo stažą skirstinys*

Iš 2 paveiksle pateiktų duomenų matome, kad aukščiausias vidinės motyvacijos balų vidurkis yra turinčių mažiausią darbo stažą tiriamųjų grupėje (47,6 balų), o žemiausias motyvacijos balų vidurkis dirbančių 26 – 35 metus trenerio darbą. Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis pastebėtas taip pat iki 5 metų darbo stažą turinčių bei 36 ir daugiau metus dirbančių trenerių tarpe, t.y. mažiausią ir didžiausią darbo stažą turinčių asmenų išorinė motyvacija aukščiausia, o žemiausia išorinė motyvacija – dirbančių nuo 5 iki 15 metų (37,2 balai).

Analizuojant tyrime dalyvavusių trenerių vidinę ir išorinę motyvaciją, svarbu buvo išsiaiškinti ne tik darbo stažo ar lyties skirtumus, bet ir kaip motyvacijos vidurkiai pasiskirstė pagal kvalifikacijos kategorijas. Nustatyta, kad aukščiausias vidinės motyvacijos balų vidurkis buvo pastebėtas turinčių žemiausią kvalifikacinę kategoriją (1/2 kategorija) respondentų tarpe (48,2 balai), o žemiausias – trenerių, turinčių aukščiausią kvalifikacinę kategoriją (5/6 kategorija) (43,6 balai). Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis buvo nustatytas turinčių aukščiausią kvalifikacinę kategoriją (5/6 kategorija) (43,6 balai), kiek žemesnis - pastebėtas vidutinės kategorijos (3/4 kategorija) grupėje (40,3 balai), o žemiausias – 1/2 kvalifikacinės kategorijos tiriamųjų (37,2 balai). Galima manyti, kad žemiausią

kvalifikacinę kategoriją turintys treneriai, labiausiai orientuojasi į savęs tobulinimą ir žinias, o aukščiausios kategorijos treneriai - jau daugiau motyvuojami išorinių veiksnių.

Analizuojant išorinės ir vidinės motyvacijos tiriamųjų duomenis pagal išsilavinimą, nustatyta, kad visi dirbantys tyrime dalyvavę treneriai turi aukštąjį universitetinį arba dar aukštesnį išsilavinimą, kas neabejotinai leidžia tikėti jų profesionalumu ir tikslų siekimu: aukščiausią vidinės motyvacijos balų vidurkį siekia tiriamieji, baigę magistro studijas ar dar daugiau (48,6 balai), o asmenys su aukštuoju universitetiniu išsilavinimu aukštesnį balų vidurkį siekia išorinės motyvacijos vertinime (39,2 balai).

Ne mažiau svarbu buvo tyrimu išsiaiškinti, kiek išorinę ar vidinę motyvaciją veikia tiriamųjų šeimyninė padėtis: aukščiausią tiek vidinės, tiek ir išorinės motyvacijos lygį siekia nevedę/netekėję tyrimo dalyviai (48,3 balai), o žemesnį lygį turi vedę/ištekėję tiriamieji (38,6 balai).

Daugiausia respondentų vidinės motyvacijos teiginių bloke pasirinkdami atsakymo variantą visada išskiria sekančius teiginius – svarbiausia, kad man patiktų tai, ką aš darau (79,5 proc.), svarbu pačiam žinoti, kad esu profesionalus darbuotojas (58,3 proc.), svarbu, kad darbe būtų sudarytos sąlygos saviraiškai (52,3 proc.), bei esu labiau patenkintas, galėdamas pats išsikelti darbo tikslus ir juos įgyvendinti (56,3 proc.).

Daugiausia respondentų išorinės motyvacijos teiginių bloke pasirinkdami atsakymo variantą visada išskiria kaip svarbiausius sekančius veiksnius – man rūpi, kaip kiti žmonės reaguoja į mano pasiūlymus ir idėjas (82,8 proc.), aš galvoju apie darbo kokybę ir apdovanojimus (72,8 proc.), aš teikiu pirmenybę darbui projektuose, kuriuose darbo atlikimo tvarka yra tiksliai apibrėžta (72,8 proc.), noriu, kad kiti žmonės sužinotų, kaip gerai aš galiu atlikti savo darbą (74,1 proc.). Didžiausią motyvą dirbti, tai – pinigus, kuriuos treneriai gali uždirbti, apjungiant atsakymų variantus visada ir dažnai, pasirinko 57,6 proc. respondentų.

Aptarimas

Šiuolaikinis gyvenimas žmogui meta įvairius iššūkius, todėl jam tenka nuolat apsispręsti, kokie jo dabarties prioritetai ir varžytis su kitais dėl išlikimo. Šiuo atveju išlikimą reikėtų suprasti kaip gebėjimą prisitaikyti prie sparčiai kintančios aplinkos, technologinių reikalavimų ir kartu tenkinti savo poreikius - pradedant fiziologinio pobūdžio poreikiais (maistu, būstu ir pan.), baigiant saviraiška (tobulėjimu, saviraiška ir pan.). Vieni poreikiai gali būti tenkinami asmeninio (privataus) gyvenimo srityje (turėti šeimą, vaikų, draugų ir pan.), kiti – profesinėje veikloje (dirbti darbą, gauti atlygį už jį, bendradarbiauti ir pan.) (Gražulis ir kt., 2012).

Pasak A. Šunokaitės (2008), empiriniai tyrimai parodė, kad pasitenkinimas darbu gali būti įtakojamas: amžiaus, lyties, rasės, darbo patirties, išsilavinimo, kognityvinių sugebėjimų ir kt. Šie

veiksniai negali būti pakeisti, tačiau jie gali būti naudojami numatant atitinkamą pasitenkinimo lygį skirtingose darbuotojų grupėse.

Analizuojant vidinės motyvacijos veiksnius pagal amžių, buvo nustatyta, kad 26 – 45 metų amžiaus treneriai turi aukščiausius balų vidurkius lyginant su jaunesnių ar vyresnių amžiaus grupių tiriamaisiais. Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis buvo nustatytas 26 – 35 m. amžiaus tiriamųjų (40 balų), kiek žemesnis pastebėtas jauniausioje ir vyriausioje amžiaus grupėse (atitinkamai po 39 balus), o žemiausias – 46 –55 metų tiriamųjų (37 balai). Kiti autoriai (Šunokaitė, 2008) pastebi, kad paprastai su amžiumi pasitenkinimas darbu kyla; mažiausias pasitenkinimo lygis nustatomas tarp jaunų darbuotojų. Jie tikisi didesnio asmeninio pasitenkinimo ir dažniausiai nurodo, kad jiems darbe svarbūs iššūkiai, savirealizacija, sprendimų laisvė, galimybė siekti karjeros. Daugelis jaunų darbuotojų pradėję dirbti būna nepatenkinti, nes nejaučia pakankamai atsakomybės, nepatiria taip jiems reikalingų išbandymų.

Atlikto tyrimo duomenimis, aukščiausias vidinės motyvacijos balų vidurkis yra turinčių mažiausią darbo stažą tiriamųjų grupėje (47,6 balų), o žemiausias motyvacijos balų vidurkis dirbančių 26 – 35 metus trenerio darbą. Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis pastebėtas taip pat iki 5 metų darbo stažą turinčių bei 36 ir daugiau metus dirbančių trenerių tarpe, t.y. mažiausią ir didžiausią darbo stažą turinčių asmenų išorinė motyvacija aukščiausia, o žemiausia išorinė motyvacija – dirbančių nuo 5 iki 15 metų (37,2 balai). Daugelis autorių pastebi, kad vieni pagrindinių išorinių motyvacijos veiksnių yra materialiniai poreikiai yra susiję su pragyvenimo užtikrinimu, todėl kalbant apie darbuotojų motyvaciją pirmiausia tai būtų piniginis atlygis už darbą. Daugelio autorių atliktų tyrimų rezultatai rodo, kad vieni iš svarbiausių motyvacijos požiūriu yra piniginiai motyvai. Teigiama, jog piniginiai stimulai didina darbo motyvaciją (Delfgaauw & Dur, 2007; Jensen, McMullen & Stark, 2008).

Atlikto tyrimo duomenimis galime pastebėti, kad aukščiausias vidinės motyvacijos balų vidurkis buvo nustatytas turinčių žemiausią kvalifikacinę kategoriją (1/2 kategorija) respondentų tarpe (48,2 balai), o žemiausias – trenerių, turinčių aukščiausią kvalifikacinę kategoriją (5/6 kategorija) (43,6 balai). Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis buvo nustatytas turinčių aukščiausią kvalifikacinę kategoriją (5/6 kategorija) (43,6 balai), kiek žemesnis - pastebėtas vidutinės kategorijos (3/4 kategorija) grupėje (40,3 balai), o žemiausias – ½ kvalifikacinės kategorijos tiriamųjų (37,2 balai). Galima manyti, kad žemiausią kvalifikacinę kategoriją turintys treneriai, labiausiai orientuojasi į savęs tobulinimą ir žinias, o aukščiausios kategorijos treneriai jau daugiau motyvuojami išorinių veiksnių.

Atliktu tyrimu nustatyta, kad aukščiausią vidinės motyvacijos balų vidurkį siekia tiriamieji, baigę magistro studijas ar dar daugiau (48,6 balai), o asmenys su aukštuoju universitetiniu išsilavinimu aukštesnį balų vidurkį siekia išorinės motyvacijos vertinime (39,2 balai).

Tyrimo duomenimis, aukščiausią tiek vidinės, tiek ir išorinės motyvacijos lygį siekia nevedę/netekėję tyrimo dalyviai, o žemesnį lygį turi vedę/ištekėję tiriamieji.

Tyrimo duomenys rodo, kad išorinės motyvacijos teiginių bloke pasirinkdami atsakymo variantą visada, treneriai kaip svarbiausius veiksnius išsiskyrė, kad jiems rūpi, kaip kiti žmonės reaguoja į jų pasiūlymus ir idėjas (82,8 proc.), galvoja apie darbo kokybę ir apdovanojimus (72,8 proc.), teikia pirmenybę darbui projektuose, kuriuose darbo atlikimo tvarka yra tiksliai apibrėžta (72,8 proc.), nori, kad kiti žmonės sužinotų, kaip gerai jie gali atlikti savo darbą (74,1 proc.). Kitų autorių atlikti tyrimai patvirtina gautus duomenis, kur J. Delfgaauw ir kt. (2007) teigia, kad svarbu naudoti vienodus darbo vertinimo rodiklius, kad neišryškėtų diskriminacija darbuotojų atžvilgiu. Visi rodikliai turi būti aiškūs, suprantami kiekvienam. Darbuotojai lengviau prisitaiko prie atlyginimo sistemos ar kitų aspektų, kai visi šie kriterijai įvykdomi. Priešingu atveju, darbuotojas, kuris mato, kad už tą patį darbą jo kolega gavo didesnį atlyginimą, gali stipriai nusivilti organizacija ir visa jos vykdoma politika. Pasireiškia abejingumas, kartais net priešiškumas organizacijai.

Didžiausią motyvą dirbti, tai – pinigus, kuriuos treneriai gali uždirbti, apjungiant atsakymų variantus visada ir dažnai, pasirinko 57,6 proc. respondentų. Tai rodo, kad daugiau negu puse tirtų trenerių labiausiai orientuojasi į finansinę darbo grąžą. Tą patvirtina J. Delfgaauw ir kt. (2007) autoriai teigiantys, kad svarbiausi motyvacijos požiūriu yra piniginiai motyvai. Piniginiai stimulai visada didina darbo motyvaciją. Jie yra labai svarbūs tiek individualaus, tiek kolektyvinio darbo skatinimo veiksniai.

Išvados

1. Tirtų sporto mokyklų trenerių vidinė motyvacija yra aukštesnio lygio už išorinę. Vidinės motyvacijos vidurkis yra aukštesnis vyrų ir atitinka aukštą lygį.
2. Buvo nustatyta, kad aukščiausius vidinės motyvacijos balų vidurkius turi 26 – 45 metų amžiaus treneriai, dirbantys iki 5 metų, nuo 5 iki 15 metų arba 36 ir daugiau metus, taip pat turintys žemiausią kvalifikacinę kategoriją. Išorinės motyvacijos aukščiausias balų vidurkis buvo nustatytas 26 – 35 m. amžiaus trenerių, turinčių darbo stažą iki 5 metų arba dirbančių 36 ir daugiau metus bei turinčių aukščiausią kvalifikacinę kategoriją.
3. Išorinės motyvacijos tyrimas atskleidė, kad daugiau nei puse tirtų trenerių labiausiai orientuojasi į finansinę darbo grąžą.

Literatūros sąrašas

1. Aamodt, G. M. (2004). *Applied Industrial/Organizational Psychology*. Fourth Edition. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
2. Jurkauskas, A. (2006). Visuomenės kokybės vadyba. Kaunas: Technologija.
3. Gražulis, V.; Valickas, A.; Dačiulytė, R;, Sudnickas, T. (2012). *Darbuotojas organizacijų koordinačių sistemoje: žmogiškojo potenciali vystymo perspektyvos*. Vilnius: Mykolo Riomerio universitetas.

4. Šunokaitė, A. (2008). Pasitenkinimą darbu įtakojantys veiksniai. *Internetinė svetainė meneger.lt*. Prieiga internetu: http://www.manager.lt/blog/articles/view/pasitenkinima-darbu-itakojantys-veiksniai.
5. Delfgaauw, J.; Dur, R. (2007). Signaling and screening of workers' motivation. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 62 (4), p. 605 – 624.
6. Jensen, D.; McMullen, T.; Stark, M. (2008). *Vadovams apie atlygį: viskas, ką turite žinoti, kad jūsų darbuotojai jaustųsi ir dirbtų geriausiai.* Vilnius: Verslo žinios.

UNIVERSITETŲ IR VERSLO BENDRADARBIAVIMO PRIVALUMAI TOBULINANT STUDIJŲ TURINĮ

Mejerytė-Narkevičienė Kristina

Vytauto Didžiojo universitetas, Kaunas, Lietuva.

Anotacija. Specialistų rengimo atveju bendradarbiavimas daugiausiai matomas per studijų turinio projektavimą, vykdymą ir vertinimą, tad universiteto tikslu tampa tikslingas ir racionalus valstybės skiriamų lėšų panaudojimas aktyviau pritraukiant verslo indėlį į aukštos kokybės specialistų rengimą. Šiuo atveju universiteto ir verslo bendradarbiavimas (UVB) turi tapti aktyvesnis rengiant mokslu grįstus ir darbo rinkoje paklausius specialistus, orientuojant studijų turinį ne į savo institucinius tikslus, bet į šalies ekonominę plėtrą, siekiant aukštos studijų kokybės. Šiandien dienai yra matomas per mažas UVB, fokusuotas į studijų turinio tobulinimą, kas atsispindi ir naujausiose Europos ataskaitose (Davey ir kt. 2011; Haley ir kt. 2014).

Tyrimo objektas – bendradarbiavimo privalumai tobulinant studijų turinį.

Tyrimo tikslas – nustatyti UVB privalumus tobulinant studijų turinį.

Tyrimo metodai - mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė ir sintezė.

Rezultatų aptarimas ir išvados. Atlikus mokslinės literatūros ir dokumentų analizę, nustatyti UVB privalumai, buvo suskirstyti į grupes, pagal tai kokiai suinteresuotai šaliai šie privalumai yra aktualiausi. Suinteresuotų šalių privalumai apima priėjimą prie švietimo išteklių, dėstomo dalyko dėstytoją ir koordinatorių, paramą vertinant programą ir kuriant naujus studijų dalykus, bei mažinant akademinio personalo rengimo kaštus (Shahabudin, 2006), taip pat studentų projektams prieinamą verslo informaciją (Hedvall, 2011), įgūdžių plėtojimą ir įdarbinimo galimybės studentams bei žmonių išteklių plėtrą regione (Plewa ir kt., 2015).

Raktiniai žodžiai: universiteto ir verslo bendradarbiavimas, bendradarbiavimo privalumai, studijų turinys, studijų turinio tobulinimas.

Universitetų ir verslo bendradarbiavimo ekosistema

Poreikis didinti užimtumą ir entreprenerišką elgesį laikomas prioritetu (European Commission, 2009), ypač Europoje, kuriai būdingi aukšti nedarbo rodikliai (Eurostat, 2015). Susidurdamos su šiais iššūkiais vyriausybės pripažįsta universitetų potencialą kaip pagrindinį instrumentą kuriant žinių visuomenę (European Commission, 2009). Remiantis Eurostat (2015), jaunimo nedarbo lygis Europos

Sąjungoje daugiau nei dvigubai viršija bendrą nedarbo lygį, o daugelis absolventų negali rasti darbo. 2015 metais MOSTA atliktas absolventų stebėsenos tyrimas atskleidė, kad nors dauguma absolventų įsidarbina, didelė dalis jų dirba žemesnės kvalifikacijos reikalaujantį darbą.

Ši problema, kad absolventų įgūdžiai neatitinka darbo rinkos poreikių, dažnai įvardinama ir tarptautinėse rekomendacijose Lietuvai. Užsienio investicijų plėtros agentūros „Investuok Lietuvoje“ 2015 metais atliktos apklausos duomenimis, užsienio investuotojai Lietuvoje aukštojo mokslo absolventų kokybę vertina labiau neigiamai, nei teigiamai (IL apklausa, 2015). Juos netenkina absolventų išsilavinimo kokybė, o jų perkvalifikavimo išlaidos trukdo verslo plėtrai ir naujų darbo vietų Lietuvoje kūrimui. Darbo rinkos ir visuomenės poreikių neatitinkanti studijų kokybė, praktinių įgūdžių stoka, į procesą, bet ne į rezultatus orientuotos studijos bei menkai išvystytos karjeros paslaugos kelia absolventų įsidarbinimo problemų ir lemia studijų Lietuvoje patrauklumo mažėjimą (Lietuvos Respublikos partnerystės sutartis, 2014). Lietuvos privataus sektoriaus darbdaviai nėra sistemiškai įtraukiami į aukštųjų mokyklų studijų turinį, todėl absolventų kvalifikacijos ne visada atitinka besikeičiančios darbo rinkos poreikius (MOSTA, 2014). Lietuvoje net 69% darbdavių teigia, kad trūksta kvalifikuotų darbuotojų (Investuotojų forumas, 2014), todėl kaip niekada anksčiau svarbus tampa studentų žinių ir įgūdžių plėtojimas, grįstas intensyvesniu kontaktu ir bendradarbiavimu su verslu (Gibb, Hannon, 2006; Razvan, Dainora, 2009), kas leistų universitetams parengti labiau kompetetingus ir šiuolaikinę darbo rinką atliepiančius specialistus.

Taigi, galima pastebėti, kad esama situacija nėra vertinama palankiai. Iš valstybės žmogiškųjų išteklių valdymo bei verslo perspektyvos, mažėjantis paklausių specialistų skaičius turėtų būti sprendžiama problema; iš švietimo įstaigų perspektyvos, auganti konkurencija pritraukiant studentus skatina tenkinti stojančiųjų, o ne valstybės poreikius. Be darbo jėgos trūkumo egzistuoja ir jos kokybės problema, net ir baigę paklausiausias specialybes, absolventai ne visada gali tinkamai įsilieti į darbo rinką dėl trūkstamų kompetencijų. Galima teigti, jog universitetų ir verslo bendravimas dažnai nėra pakankamas, kad būtų užtikrintas kokybiškas studijų turinys. Matomas per mažas UVB, fokusuotas į studijų turinio projektavimą, vykdymą ir vertinimą, kas atsispindi ir naujausiose Europos ataskaitose (Davey ir kt. 2011; Haley ir kt. 2014). Davey ir kt. (2011) atliktoje studijoje teigiama, kad nors ir yra keletas išimčių, tačiau bendradarbiavimas tarp universitetų ir verslo visoje Europoje yra vis dar ankstyvame vystymosi etape. Jo ataskaitos parodo, kad 64,5% akademinio personalo ir 93,2% universitetų vadovybės prisipažįsta, jog tik šiek tiek bendradarbiauja su verslu, o tik 16,2% akademinio personalo ir universitetų vadovybės intensyviai bendradarbiauja su verslu projektuojant ir įgyvendinant studijų turinį (Davey ir kt. 2011). Tam kad šie pokyčiai įvyktų reikalingas nuolatinis bendravimas tarp organizacijų ir bendradarbiavimo privalumų išryškinimas, kiekvienai bendradarbiaujančiai pusei.

Pastąrąjį dešimtmetį UVB buvo sparčiai vystomas per skirtingas jo formas. Nustatyta, kad Europos UVB įtaką daro daugelis veiksnių, dažnai susiduriama su įvairiomis kliūtimis, tačiau panaudojant tinkamas

priemones ir suvokus tokio bendradarbiavimo naudą, galima pasiekti efektyvių rezultatų. Tokie veiksniai kaip universiteto darbuotojų amžius, lytis ir darbo stažas universitete, ar darbo stažas versle, universiteto tipas ar šalis daro įtaką visam UVB mastui. Nepaisant šio objekto sudėtingumo, UVB galima vystyti daug dėmesio skiriant UVB strategijų įgyvendinimui, struktūrų ir metodų pritaikymui, situacijų ir sąlygų analizavimui. Toliau pavaizduotas Davey ir Galan-Muros (2011) modelis (žr. 1 pav.), kuris buvo sukurtas projekto metu, pabrėžia ir nusako šių skirtingų elementų dalyvavimą ir vietą UVB ekosistemos modelyje.

1 pav. *Universiteto ir verslo bendradrabiavimo ekosistema (Davey, Galan-Muros, 2011)*

UVB ekosistemos modelis yra universalus, kadangi apima įvairius elementus, būdingus bet kokio tipo UVB. Modelyje yra pastebima, kaip UVB yra veikiamas ar palaikomas kitų elementų, tokių kaip darančių įtaką veiksnių, 4 UVB atramų ir pagrindinių UVB suinteresuotų šalių (Davey ir kt., 2011). Modelis taip pat rodo sudėtingą elementų tarpusavio priklausomybę UVB ekosistemoje: UVB susinteresuotoms šalims reikia "įgalinti" 4 atramas (veiksmo lygmenyje); tuo tarpu 4 atramų pajėgumas plėtoti UVB (rezultatų lygmenyje) yra veikiamas įtakojančių veiksnių (veiksnių lygmens). Davey ir kt. (2011), atliktoje studijoje ir yra pristatytas UVB ekosistemos modelis, tačiau jame analizuota tik dalis UVB ekosistemos. Joje buvo aprašomi rezultatų, veiksnių ir veiksmo lygmenys ir išskirti tų lygmenų elementai.

Vienas iš veiksnių UVB ekosistemoje darantis įtaką visam bendradarbiavimui yra abiejų bendradarbiaujančių pusių supratimas ir suvokimas privalumų. Daugelį UVB numanomų privalumų, tiesiogiai susijusių su studijų turinio tobulinimu, galime rasti politikos ataskaitose ir dokumentuose.

Pavyzdžiui, Europos Komisija (2009) savo komunikate „Nauja partnerystė universitetų modernizavimui“ UVB esmę sieja su studentų paruošimu darbo pasauliui, studentų, tyrėjų, profesorių ir įmonių personalo padidėjusiu mobilumu, geresniu darbo rinkos poreikių tenkinimu, studentų mokymosi praturtinimu realiomis darbo rinkos aktualijomis. Panašias išvadas formuluoja Sebuwufu ir kt. (2012) teigdami, kad bendradarbiavimu grįstas studijų turinio projektavimas ir realizavimas užtikrina, kad studijų programas baigę absolventai turi darbo jėgai reikalingas žinias ir įgūdžius.

Universiteto ir verslo bendradarbiavimo privalumai

UVB nauda, gali būti tiesioginė ir netiesioginė, tačiau pasiekus siekiamą tikslą ji gali būti skirtinga, priklausomai nuo suinteresuotos šalies. UVB nauda galima skirtingoms suinteresuotojų grupėms ir gali būti suskirstyta į kategorijas: naudą studentams, naudą universitetui/AMI, asmeninę naudą dėstytojams/mokslininkams, naudą verslui ir naudą visuomenei.

UVB yra būtinas abiejų pusių suvokimas apie bendradarbiavimo naudą ir privalumus. Nauda yra grindžiama poveikiu įvairioms suinteresuotoms grupėms (Carayol, 2003; Forsyth ir kt., 2009; Lamichhane, Nath Sharma, 2010; Van der Sijde, 2012). 1 lentelėje pateikiama UVB nauda per privalumus projektuojant, vykdant ir vertinant studijų turinį, įvairioms suinteresuotoms šalims (apimant universitetų/AMI administraciją, akademinį personalą, studentus, verslą ir visuomenę).

***2 lentelė**. Universiteto ir verslo bendradarbiavimo privalumai tobulinant studijų turinį (sudaryta autorės)*

Suinteresuota šalis	**Privalumai/nauda**
Visuomenė	Didėjantis įsidarbinamumas
	Nauda vietos pramonei ir verslui
	Didėjantis vietos BVP ir disponuojamos pajamos
	Socialinės ir rekreacinės naudos kūrimas
	Regioninio našumo gerinimas
Universiteto steigėjai /administracija	Studijų kokybės kėlimas
	Inovacijų atsiradimas
	Papildomas viešasis ir privatus finansavimas
	Universiteto misijos įgyvendinimas
Akademikai	Didėja kompetencija veiklos pasaulyje
	Gauna naudingą informaciją projektuojant ir realizuojant studijų turinį
	Gauna įkvepimo mokymui
	Gauna supratimą apie kompanijas ir iššūkius, su kuriais jos susiduria, taip pat supratimą apie valdymą
	Tampa svarbiais savo atliekamais moksliniais tyrimais
	Didėja galimybės gauti papildoma finansavimą ar skainimą, bei prisideda prie įsidarbinanmumo
Studentai	Įdomių ir svarbių „realaus pasaulio“ problemų atskleidimas prideda svarbią dimensiją mokymosi procese
	Didina absolventų įsidarbinamumą ir suteikia geresnias įsidarbinimo galimybes
	Pagerina pasiruošimą ateities profesiniams iššūkiams
	Padidina praktinius įgūdžius ir patirtį būsimoje profesinėje veikloje
	Studentų kompetencijų atitikimas veiklos pasaulį
	Gauna mentorius iš verslo ateities profesinės karjeros plėtojimui

	Pagerina gaunamos patirties kokybę
	Tobulina mokymosi patirtį
Verslas	Gauna kandidatus praktikoms, stažuotėms
	Turi galimybes identifikuoti talentingus jaunus žmones, tinkančius įmonei; didinti jų konkurencingumą ir inovacijas
	Gauna naujus įgūdžius, entuziazmą ir naujas perspektyvas
	Sumažina darbuotojų paieškos kaštus
	Pagerina savo, kaip perspektyvių darbdavių, patrauklumą
	Padidinama švietimo svarba verslui
	Papildomas viešasis finansavimas
	didėjančios pajamos iš licencijų ir patentų bei technologijų perdavimo veiklos
	Didina verslo efektyvumą ir gerina verslo rezultatus

Šie privalumai apima priėjimą prie švietimo išteklių, dėstomo dalyko dėstytoją ir koordinatorių, paramą vertinant programą ir kuriant naujus studijų dalykus, bei mažinant akademinio personalo rengimo kaštus (Shahabudin, 2006), taip pat studentų projektams prieinamą verslo informaciją (Hedvall, 2011), įgūdžių plėtojimą ir įdarbinimo galimybės studentams bei žmonių išteklių plėtrą regione (Plewa ir kt., 2015).

Kadangi tėra tik keletas mokslinių studijų, skirtų būtent šiai tematikai, daugelį universitetų/AMI ir verslo bendradarbiavimo numanomų privalumų, tiesiogiai susijusių su studijų turinio projektavimu, vykdymu ir vertinimu, galime rasti politikos ataskaitose ir dokumentuose. Pavyzdžiui, Europos Komisija (2009) savo komunikate „Nauja partnerystė universitetų modernizavimui“ UVB esmę sieja su studentų paruošimu darbo pasauliui, studentų, tyrėjų, profesorių ir įmonių personalo padidėjusiu mobilumu, geresniu darbo rinkos poreikių tenkinimu, studentų mokymosi praturtinimu realiomis darbo rinkos aktualijomis. Panašias išvadas formuluoja Sebuwufu ir kt. (2012) teigdami, kad bendradarbiavimu grįstas studijų turinio projektavimas ir realizavimas užtikrina, kad studijų programas baigę absolventai turi įgiję darbo jėgai reikalingas žinias ir įgūdžius. Remiantis šiomis ataskaitomis mokslininkai Healy ir kt. (2014) bandė išmatuoti UVB švietimo kontekste rezultatus.

Diskusija apie UVB teikiant švietimą taip pat yra pagrindinė doktrina literatūroje, skirtoje universitetų įsipareigojimams, nes „universitetai savo mokymų ir tyrimų programas rengia vis labiau atsižvelgdami į regioninius žinių poreikius“ (Gunasekara, 2006). Šiame kontekste universitetai/AMI yra labai svarbūs, kuriant ir plėtojant regiono žmonių kapitalą. Universitetai/AMI stengiasi teikti regiono specifinius poreikius atitinkantį mokymąsi visą gyvenimą, grįstą bendradarbiavimu, apimantį bendrus projektinius darbus ir mokymąsi darbo vietoje (Chatterton, Goddard, 2000).

Verslas projektuojant, vykdant ar vertinant studijų turinį gali prisiimti taip pat įvairius vaidmenis, pradedant indėliu per formalius instrumentus įtrauktus į institucijos priotitetus, vertinimo sistemas, projektavimo/kūrimo principus arba neformalius instrumentus, įsitraukimo veiklas, kurios dažnai yra grindžiamos asmeniniais santykiais (Siegal ir kt., 2004). Pavyzdžiai susiję su studijų programų ar dalykų kūrimu ar adapdavimu (Healy ir kt., 2014), praktikų ir stažuočių programomis (Auburn, 2007; den Bosch,

2011), kviestiniais lektoriais (Davey ir kt., 2011) ar specifinės industrijos poreikius atitinkančios studijų programos ar profesinių studijų dalykų kūrimu (Europos Komisija, 2009; Ssebuwufu ir kt., 2012).

Nepaisant potencialių universitetų/AMI ir verslo bendradarbiavimo privalumų, mokslininkai vis tik kelia klausimą, ar pageidaujama, kad verslas darytų įtaką studijų turiniui (Gillis, McNally, 2010), taip išreiškiant rūpestį, jog mokslinės žinios bus veikiamos verslo (Krimsky 2003; Slaughter, Leslie, 1997). Pažymint pozityvius verslo įsitraukimo aspektus, UVB projektuojant, vykdant ir vertinant studijų turinį pasekoje, dėl akademikų įsitraukimo į bendradarbiavimą gali kartais ir nukentėti jų akademinės atsakomybės, bei sumažėti mokslinis objektyvumas. Taigi, su švietimu susijęs UVB turi būti taip realizuojamas, kad minėti rūpesčiai būtų minimizuoti.

Išvados

1. Nustatyti UVB privalumai, buvo suskirstyti į grupes, pagal tai kokiai suinteresuotai šaliai šie privalumai yra aktualiausi: visuomenei, universiteto steigėjams/administracijai, dėstytojams, verslininkams, studentams. Suinteresuotų šalių privalumai apima priėjimą prie švietimo išteklių, dėstomo dalyko dėstytoją ir koordinatorių, paramą vertinant programą ir kuriant naujus studijų dalykus, bei mažinant akademinio personalo rengimo kaštus, taip pat studentų projektams prieinamą verslo informaciją, įgūdžių plėtojimą ir įdarbinimo galimybės studentams bei žmonių išteklių plėtrą regione.
2. Bendradarbiavimu grįstas studijų turinio projektavimas, realizavimas ir vertinimas užtikrina, kad studijų programas baigę absolventai turės įgiję darbo jėgai reikalingas žinias ir įgūdžius. Todėl išlieka labai svarbu bendradarbiaujančioms pusėms suprasti, kokią naudą ir privalumus gaus iš tokio abipusio bendradarbiavimo, kad galėtų siekti savo pasirintų tikslų.

Literatūros sąrašas

1. Auburn, T. (2007). Identity and placement learning: Student accounts of the transition back to university following a placement year. *Studies in Higher Education*, 32 (1), p. 117-133.
2. Barnett, M. (2002). University-industry relationships in dentistry: past, present, future. *Journal of Dental Education*. 66 (10), p. 1163-1168.
3. Carayol, N. (2003). Objectives, Agreements and Matching in Science–Industry Collaborations: Reassembling the Pieces of the Puzzle. *Research Policy*, 32 (6), p. 887-908.
4. Chatterton, P., Goddard, J. (2000). The response of higher education institutions to regional needs. European Journal of Education, 35 (4), p. 475–496.
5. Davey, T., Baaken, T., Galan-Muros, V., (2011). The State of European University- Business Cooperation: Part of the DG Education and Culture Study on the Cooperation between Higher Education Institutions and Public and Private Organisations in Europe. http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/repository/education/tools/docs/uni-business-cooperation_en.pdf

6. Davey, T.; Baaken, T.; Galan-Muros, V.; Meerman, A. (2011). Study on the cooperation between Higher Education Institutions and Public and Private Organisations in Europe. European Commission, DG Education and Culture, Brussels, Belgium.
7. Eurostat. (2015). Eurostat databases. *http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_ database*
8. European Commission. (2009). *Metrics for Knowledge Transfer from Public Research Organisations in Europe - Expert Group Report*, Report from the European Commission's Expert Group on Knowledge Transfer Metrics.
9. Forsyth, H.; Laxton, R.; Moran, C.; Van der Werf, J.; Banks, R.; Taylor, R. (2009). Postgraduate coursework in Australia: Issues emerging from university and industry collaboration. Higher Education, 57 (5), p. 641–655.
10. Gibb, A.; Hannon, P. (2006). Towards the Entrepreneurial University. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, p. 73-110.
11. Gillis, M., McNally, M. (2010). The influence of industry on dental education. Journal of Dental Education, 74 (10), p. 1095–1105.
12. Gunasekara, C. (2006). The generative and developmental roles of universities in regional innovation systems. *Science and Public Policy*, 33 (2), p. 137-151.
13. Healy, A.; Perkmann, M.; Goddard, J.; Kempton, L. (2014). Measuring the impact of university–business cooperation. Catalogue No. NC-02-14-1337-EN-N. Luxembourg: Publications Office of the European Union.Huang, M.H.
14. Hedvall, M. (2011). *University-industry collaboration & degree mobility*, EDAMBA &Hanken School of Economics. www.eua.be/Libraries/Doc-Careers/Prof_Maj-Britt_Hedvall_Doc-Careers_050411.sflb.ashx.
15. Krimsky, S. (2003). *Science in the private interest: Has the lure of profits corrupted the virtue of biomedical research?* Lanham: Rowman& Littlefield.
16. Lietuvos Respublikos partnerystės sutartis (2014). https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/1d4e98d0fdf211e39cfacd978b6fd9bb/UxTmbrNNPp
17. Lamichhane, S.; Nath Sharma, T., (2010). University - Industry Relations: A Thrust for Transformation of Knowledge and Economic Acceleration. *Journal of Education and Research*, 2, p. 59-66.
18. MOSTA (2014). http://www.mosta.lt/images/leidiniai/Lietuvos_svietimas_skaiciais_2014_Studijos.pdf
19. Plewa, C.; Galán-Muros, V.; Davey, T. (2015). Engaging business in curriculum design and delivery: a higher education institution perspective. - *Higher Education*, July 2015, 70 (1), p. 35–53.
20. Razvan, Z.; Dainora, G. (2009). Challenges and opportunities faced by entrepreneurial university. Some lessons from Romania and Lithuania. Annals of the University of Oradea, *Economic Science Series*, 18 (4), p. 874-876.
21. Shahabudin, S. (2006). University-Industry Collaboration in Curriculum Development, Universiti Kebangsaan Malaysia. http://eprints.ukm.my/53/1/Session1-1-Prof.Shahabudin.pdf..
22. Siegel, D.J.; Waldman, D.A.; Atwater, L. E.; Link, A. N. (2004). Toward a model of the effective transfer of scientific knowledge from academicians to practitioners: qualitative evidence from the commercialization of university technologies. *Journal of Engineering Technology Management*, 21 (1-2), p. 115-142.
23. Slaughter, S.; Leslie, L. (1997). *Academic capitalism: Politics, policies, and the entrepreneurial university*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
24. Sebuwufu, J.; Ludwick, T.; Béland, M. (2012). Strengthening University-Industry Linkages In Africa - A Study on Institutional Capacities and Gaps. *Canadian International Development Agency Publication*.
25. Van der Sijde, P. (2012). Profiting from knowledge circulation: The gains from university–industry interaction. *Industry and Higher Education*, 26 (1), p. 15–19.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Мельник Виктория

Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова, Киев, Украина

Аннотация. Актуальность темы исследования информационного менеджмента как современного направления развития общества в том, что в условиях XXI века ускорилось развитие современной цивилизации в направлении глобализации – экономической, политической, культурной. **Центральной проблемой** для развития информационной цивилизации является информация как один самых важных атрибутов и ресурсов человеческой деятельности, которая перерастает в знание. В статье обосновывается сущность, задачи и основные направления развития концепции информационного менеджмента, детерминируемые информационализмом. Переход к новой информационной цивилизации носит характер «технократического проекта», в основе которого инновационное развитие общества, которое базируется на информационной инфраструктуре. Развитию информационного менеджмента способствует «общество знаний», которое культивирует креативную личность, формирование которой базируется на информации и знаниях. **Задачи исследования –** концептуализация информационного менеджмента, его сущности, содержания и основных направлений развития, которые внедряются в практику образовательного процесса высшей школы. М**етодологической основой с**тановления и развития концепции информационного общества есть информационализм, исследуемый М. Кастельсом (2000) а также аутопоезисная методология Матураны и Варелы. **Результаты исследования** - формирование концепции информационного менеджмента как одного из самых современных направлений развития общества XXI века, достаточно инновационной, требующей развития информационно-инновационного общества и информационно-инновационной личности. **Выводы** - концепцию информационного менеджмента следует внедрить на всех направлениях развития общества, включая и высшую школу, которая требует формирования креативной личности как субъекта информационно-инновационного общества.

Ключевые слова: информационный менеджмент, информация, информационная цивилизация, информационное общество, информатизация.

Введение

Сущность концепции информационного менеджмента как науки определяется развитием информационно-коммуникативных технологий, которые определяют рейтинг той или иной страны и продвижение ее к уровню конкурентоспопособных. Основные направления развития базируются на основаниях – экономических, образовательных, культурных, которые способствуют усовершенствованию информационных оснований общества и формированию креативно-инновационной личности. Информационный менеджмент как наука призван углублять значение научно-категориальных форм информационного дискурса, который способствует формированию инновационно-информационной личности как главного интеллектуального ресурса общества.

Проблема исследования – информационный менеджмент как наука, который недостаточно еще разработан в современной научной литературе, поэтому очень важно изучать зарубежный опыт внедрения данной науки за рубежом, изучить все новые подходы к ее становлению и развитию, а также внедрения в учебный процесс.

Цель исследования – концептуализация информационного менеджмента как науки, в основе которой выступают информационно-коммуникативные технологии и механизмы информатизации, способствующие выявлению информационно-инновационного потенциала нашей страны, развитию информационных стандартов и реализации интеллектуального человеческого капитала, в основе которого информация. Поэтому переход к новой информационной цивилизации носит в условиях глобализации – экономической, политической, культурной, образовательной – характер «технократических проектов», в основе которых информационное развитие общества, которое культивирует информационный менеджмент, который преобразовывает всю нашу действительность. Информационный менеджмент как наука должен соответствовать технологическому укладу производства и системе управления, которая базируется на информационно-коммуникативных технологиях и способствует укреплению ее организационной культуры (Vvainhardt, Andriukaitene, 2013). Интеллектуальный потенциал общества призван противостоять разрушительным тенденциям общества, разрушительной психологии и сознанию молодежи, что с необходимостью требует формированию креативно-творческой личности, которая информацию превращает в творческие процессы. Еще Д. Белл рассматривал информатизацию как главную тенденцию продвижения общества от индустриального к постиндустриальному и информационному. Г. Визирг рассматривает информационный менеджмент как интеграцию информации и коммуникации, выделяя в нём три аспекта, в результате чего информационно-коммуникационный менеджмент носит характер «технократических проектов»: 1) коммуникационный менеджмент; 2) управление информационными ресурсами; 3) управление обработкой информации. Й.Хентце и А.Хайнеке определяют информационный менеджмент как совокупность правил, технических способов и систем (систематическое планирование, организация, координация и контроль информационной деятельности и процессов, а также коммуникации организации), которые определяют информационную и коммуникационную структуру организации, определяя целеустремленное использование информации как главного ресурса. Американский специалист М. Аттинджер вводит понятие «интегрированного информационного менеджмента», под которым понимается создание такой информационной структуры, где все «частички» информации обеспечивают необходимый уровень совпадения всех информационных компонентов. Г. Вольфрам рассматривает информационный менеджмент как дополнительную функцию в бизнесе, ориентированную на ресурсы, относя к его содержанию

задачи поиска информации и разработки информационных систем в сфере информационно-технической информации. Э. Фогель вводит понятие «менеджмента информационных ресурсов» как синоним информационного менеджмента, главная задача которого координация информации. В соответствии с Й. Хергетом, центральным пунктом информационного менеджмента есть постулат, в соответствии с которым информацию следует рассматривать как один из самых важных ресурсов предпринимательской деятельности. Информация представляет собой один из самых важных хозяйственных ресурсов, фактор производства и решающий фактор конкурентоспособности, который требует целеустремлённой координации. Информационный менеджмент превращается в самую важную задачу развития современного общества и представляет собой существенный фактор успеха предпринимательской деятельности. Й. Хергет отмечает, что сущность информационного менеджмента в том, предпринимательская информационная инфраструктура должна координироваться при помощи трех задач информационного менеджмента: 1) формирования (строительство информационных систем – человек, информационные ресурсы, информационные и коммуникационные технологии); 2) управление (управление информационными процессами); 3) развитие (перманентная способность адаптации информационных систем к быстрой изменяющейся окружающей среде). Цель информационного менеджмента – оптимально поддерживать деловые процессы предпринимательской стратегии и тем самым обеспечивать ее конкурентоспособность. Й. Хергет отмечает, что сфера информационного менеджмента включает в себя несколько составляющих информации: 1) информацию; 2) информационные и коммуникационные технологии; 3) индивидуальных потребителей информации. Их интеграция через посредничество информационных систем и технологий представлят собой главную задачу информационного менеджмента. Информационный менеджмент как концепция и новая методология имеет фундаментальное значение для организаций и владеет значительным интегрированным потенциалом для устойчивого развития (Воронкова, 2017).

Результаты исследования

В результате исследования эмпирического материала, собранного об информационном менеджменте, мы пришли к выводам, что информационный менеджмент дает системное изложение знаний в объеме, необходимом для информационно-коммуникационного развития организации как системного целого и единого социального организма. Концепция информационного менеджмента как новое направление развития общества включает в себя подходы, которые позволяют проникнуть в его сущность: 1. Экономический подход, который рассматривает вопросы привлечения новой информации, исходя из полезности, эффективности, инновационности. 2.

Аналитический подход, который базируется на анализе потребностей пользователей информации и коммуникации. 3. Организационный подход, который рассматривает информационные технологии в контексте их влияния на организационные процессы. 4. Системный подход, который рассматривает обработку информации, исходя из целостного, системно ориентированного, всеохватывающего процесса обработки информации в организации и представляет собой решающее значение на повышение эффективности организаций и оптимизации коммуникационных процессов для перехода в смарт-общество (Воронкова и др., 2017).

Результаты исследования свидетельствуют, что в научном мире имеет место много определений информационного менеджмента: 1) иногда его рассматривают как синоним организационного управления обработкой данных; 2) в других случаях он отождествляется с коммункационными и информационными процессами организации, что связано с более широкой трактовкой информации как ресурса, представляющего самостоятельный фактор производства, который лежит в основе принятия решений. С позиций системного подхода информационный менеджмент охватывает планирование, организацию, координацию и контроль информационной деятельности и процессов, а также с целью улучшения ее работы. Концепция информационного менеджмента сводится к следующему: 1) качественное информационное обеспечение процессов управления организацией; 2) обеспечение управления обработки инфрмацией на всех уровнях; 3) обеспечение управления коммуникациями. Содержание информационного менеджмента определяется концепцией о развитии новой самостоятельной сферы знания – коммуникационных и информационных наук, которые отвечают парадигме развития общества и имеют собственную специфику наряду с другими науками (социальными, гуманитарными, техническими, естественнонаучными). Информационный менеджмент тесно связан с теорией информации и коммуникации, истории массовых коммуникаций, информационной инфраструктурой общества, теорией информационного общества и «общества знаний», информационно-коммуникативной политикой, информационным правом. Информационный менеджмент как наука охватывает информационные ресурсы, информационные системы, телекоммуникации, инфнормационно-коммуникативную технику и технологии, методы исследования информационных систем. Информационный менеджмент следует анализировать в контексте таких подходов, как организационная коммуникация, информационные услуги и маркетинг, методы организации общественных связей, финансирование информационной деятельности, коммерческое право, семиотика рекламы.

Одним из способов качества информации в информационном менеджменте есть характеристика ее с точки зрения временных, смысловых и формальных измерений, куда входит время, содержание и форма, которые в своем триедином целом характеризуют

высококачественную информацию, которая есть содержанием информационного менеджмента как науки (таблица 1)

Таблица 1. *Характеристики высококачественной информации*

Временные измерения	
Поступление информации в меру ее необходимости	Своевременность
Оперативное воспроизведение информации	Актуальность
Доступность информации о прошлом, современном и будущем	Периодичность
Смысловые измерения	
Достоверность информации	Точность
Соответствие информации требованиям конкретного пользователя	Целесообразность
Предоставление всей необходимой информации	Полнота
Обеспечение только необходимой информацией	Сжатость
Формальные измерения	
Информация предоставляется в простой и понятной форме	Четкость
Обеспечение более точной информацией	Детальность
Предоставление информации в детальной, цифровой или пространственно-визуальной форме	Визуальность

Информационный менеджмент касается всех функций управления современных организаций, а также процессов коммуникации и прийнятия решений. Информационный менеджмент включает общую методологию работы с информацией в управленческих структурах. Учитывая тот факт, что главным носителем информации в управлении есть документ, то следует сделать вывод о том, что методология информационного менеджмента в полной мере может быть применима к управлению документацией в организации.

Информационализм – это новый способ развития, созданный реструктуризацией способа производства в конце XX века. К развитию новых информационных технологий привело взаимодействие между широкими программами исследований и большими рынками, развитыми государствами, с одной стороны, и децентрализованными нововведениями, которые стимулируются культурным творчеством и ролевой моделью широкого личностного успеха, - с другой. При информационном способе развития источником продуктвиности выступает технология производства, знания, обработка информации и символической коммуникации. Главным источником продуктивности есть сегодня информация и знания. Постольку информационализм базируется на технологиях знания и информации, информационный способ развития предвидит тесную взаимосязь между культурой и производительными силами.

Общей целью информационного менеджмента есть производство оперативной для организации информации и обеспечение эффективного управления всеми ресурсами, для чего необходимо создание инновационной программной и технической среды для осуществления управления организацией. К числу стратегических задач организации информационного общества относится создание информационной инфраструктуры организации и управление информационно-коммуникативными технологиями. Главной задачей информационного менеджмента является информационная поддержка деятельности организации. Задача информационного менеджмента заключается в том, чтобы интегрировать индивидуальные информационные системы и на основе объединительной программы поиска, предложений и соответствующего маркетинга информационных ресурсов создать концепцию информационного менеджмента. Задача заключается в том, чтобы: работать с большими массивами информации и разумно ее использовать; овладеть современными информационно-коммуникативными технологиями и определить приоритет и направления модернизации общества с использованием технологий пятого-шестого технологического укладов, обепечить развитие общества «модернизация с опережением» и результативным использованием технологий шестого технологического уклада (нанотехнологии, биотехнологии, робототехника); сформировать наиболее эффективную для сетевого общества систему управления организацией.

Концепты информационного мененджмента варьируются в широком спектре: от традиционного понимания информационного обслуживания к общей теории управления. Условно следует выделить следующие обобщения объекта и предмета исследования информационного менеджмента: 1) информационное обеспечение (в самом широком смысле этого слова); 2) информационные ресурсы и их управление; 3) информационные услуги и предпринимательство; 4) информационные системы и их управление; 5) обработка и анализ информации; 6) офис-менеджмент; 7) организация коммуникации; 8) управление информационно-коммуникативными технологиями. Все выше названные системы знания входят в структуру информационного менеджмента и отражают разные аспекты информационного менеджмента или акцентируют внимание на одной из структурных частей знания информационного менеджмента. Информационный менеджмент выступает результатом информационно-технологической революции, которая есть современным этапом развития научно-технического прогресса, в котором информация выступает самым важным стратегическим ресурсом и инструментом управления общественными и природными процессами, а новые технологии – определяющим фактором общественного развития. Информация и передовые информационные технологии изменили межгосударственные и межличностные отношения, которые теперь стали открытыми, доступными для широкой аудитории, развиваются в соответствии с информациологией постиндустриальной

(информационной) цивилизации. Под информациологией понимается генерализация знания информационной и коммуникационной проблематики, в которой концепт информации приводится в соответствии с тенденциями развития, в контексте которых информация и коммуникационные связи выступают основным фактором и средой, требующими повышения информационно-коммуникативной культуры личности (Мельник, 2017).

Таким образом, формирование концепции информационного менеджмента как эффективного управления организацией в условиях информационной цивилизации предвидит развитие таких направлений, как: 1) формирование и использование информационных ресурсов; создание, развитие и использование информационных систем, телекоммуникационных сетей; информационных технологий сбора, распространения, сохранения информации, доступа к ней. Важной составляющей информатизации общества есть также создание и применение средств и механизмов защиты информации как объекта информационной безопасности.

Выводы

1. Украина задействовала много средств для развития информационного общества на уровне государства, принято много государственных программ для дальнейшей технологизации общества и формирования общества, которое культивируется на «знаниях». Украина стремится укрепить такое развитие как информационно-коммуникационные технологии, в основе которых укрепление рыночной глобализации и продвижение общества к инновациям.
2. Стратегию решения в Украине проблем информатизации очерчено в Национальной программе информатизации, общих основаниях формирования, исполнения и использования которой определено Законом Украины «О национальной программе информатизации» (1998), которая состоит из Концепции Национальной программы информатизации, стратегических целей и основанных принципов государственной политики в информационной сфере, ожидаемых результатов реализации программы; отраслевых программ и проектов информатизации; программ и проектов информатизации органов местного самоуправления.
3. Сегодня возникает много разнообразных видов и типов информационного знания – экономика информационно-коммуникативных технологий, сетевая экономика, экономика глобальных процессов, экономика интеллектуальной собственности, инновационная экономика, инвестиционная экономика, информационная экономика, социальная экономика, экономика знаний, которые базируются на информационном менеджменте. Обоснованию информационного менеджмента как системы управления

коммуникационными процессами будет содействовать утверждению его на практике в качестве интегратора всех субъектов информационно-коммуникационного процесса.

4. Информационный менеджмент содействует развитию информационной политики государства, улучшения управления экономикой страны, развитию наукоемких производств и высоких технологий, усовершенствованию социально-экономических отношений. Информационный менеджмент - это управление деятельностью организации относительно использования информации в интересах самой организации и обеспечения эффективного развития организации в процессе использования информационно-коммуникационных технологий.
5. Концепцию информационного менеджмента следует внедрить на всех направлениях развития общества, включая и высшую школу, которая требует формирования креативной личности как субъекта информационно-инновационного общества

Рекомендации

1. Развивать информатизацию, в результате которой получило развитие масса новых направлений в науке, культуре, экономике, менеджменте, бизнесе, которая постепенно изменяет ареал социальной реальности и духовной жизни человека.
2. Высшей школе формировать глобального (информационного) менеджера, готового работать в условиях информационной революции и владеть компетентностями информационного менеджмента.
3. Разрабатывать информационный и информационно-коммуникативный менеджмент как новые направления в науке XXI столетия, которые будут способствовать информационно-коммуникативному прогрессу общества и цивилизации.

Список литературы

1. Vvainhardt, J. R; Andriukaitene, R. M. (2013). Influence types of organizational culture on the develop corporate social responsibility. *Problems of Economics and management: scientific-practical ma Izhevsk.* 12 (28), p. 62-75.
2. Воронкова, В. Г. (2017). Формування smart-суспільства як фактор сталого розвитку та його вплив на становлення нової освітянської парадигми. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць* / Гол. ред. В. М. Вашкевич.- К. : Вид-во «Гілея», 117 (2), с. 189-193.
3. Воронкова, В. Г.; Романенко, Т. П.; Андрюкайтене, Р. (2017). Генеза від інформаційного суспільства до «smart-суспільства» в контексті історичної еволюції сучасного світу : теоретико-концептуальний контекст. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць* / Гол. ред. В. М. Вашкевич. К. : Вид-во «Гілея». 116 (1), с. 128-133.
4. Мельник, В. В. (2017). Інформаційно-комунікативна культура особистості. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць.* – Запоріжжя: ЗДІА, 68, с. 168-178.

5. Кастельс, М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ УЧАЩИХСЯ И СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Молодыченко Валентин, Молодыченко Наталья

Мелитопольскоий государственный педагогический университет им. Богдана Хмельницкого, Мелитополь, Украина

Аннотация: статья посвящена рассмотрению украинского, западноевропейского и североамериканского опыта организации культурологической подготовки учащейся и студенческой молодежи. Авторами проведен сравнительный анализ сложившихся подходов в использовании форм и содержания культурологической подготовки, ее значения в формировании аксиологической сферы, ценностных ориентаций личности. Предполагается использование опыта западных университетов в усовершенствовании образовательного процесса в университетах Украины.

Ключевые слова: гуманитарные учебные дисциплины, культура, образование, ценностные ориентации личности, культурологическая подготовка

Введение

В современных условиях мощными факторами конструирования новых жизненных стилей, социальных позиций как на групповом, так и индивидуальном уровне становятся такие объективные факторы, как молодость и высокий уровень образования.

Среди субъективных факторов этого процесса важными являются ценности и ценностные ориентации определенной социальной группы или личности, в частности их динамические характеристики, плюралистичность и амбивалентность. Именно поэтому молодежь, прежде всего студенческая, привлекает сегодня пристальное внимание ученых. Их исследования свидетельствуют о значительной динамике ценностных ориентаций студенчества, а реальная социальная практика, в частности события последних лет украинской истории, – об актуализации позиций субъекта общественных преобразований. Итак обращение к анализу содержания и направленности изменений в ценностном дискурсе студенческой молодежи и их влияния на становление ее социальной субъективности в условиях социокультурной трансформации является актуальной общественной и научной проблемой.

Результаты исследования

Диалектика общественных процессов, главными из которых являются глобализация и информационная революция, меняет систему общественных и индивидуальных ценностей и вместе с этим делает своеобразный вызов процесса подготовки человека к жизни, его воспитания, социализации, изменяет соотношение роли факторов этого процесса, в частности образования, науки и культуры. Прогнозируя основные направления развития событий и изменения факторов мировой динамики, пытаясь предотвратить противоречия, возникающие в ходе этого процесса, ведущие страны мира разрабатывают новейшие модели, технологии, схемы образовательно-воспитательных систем, привлечение человека к культуре, социализации личности в широком смысле этого слова. Главная линия изменений проходит в плоскости интеграции стран и народов, их объединения перед вызовами эпохи, большинство из которых имеет относительно человека безжалостно-жесткий характер. Речь идет о выживании общества как цивилизации. И если раньше те или иные благополучные страны и народы стояли несколько дальше пограничного предела жизнеспособности человечества, то сегодня практически каждый из них оказывается в одной лодке, который расшатывает каждый раз более мощная ударная волна мировых противоречий и проблем.

Мировой кризис ставит на грань выживания всякого и каждого, обязывает к поиску вариантов улучшения ситуации, поднимает ответственность. Сокращение производства, повышение уровня безработицы, снижение заработной платы, вынужденные отпуска, жесткая экономия средств, направленных на обеспечение социальных программ, в частности, здравоохранения, науки, культуры, образования и воспитания – вот далеко не полная характеристика ситуации, под влиянием которой находится сейчас практически каждая страна, каждый народ, каждая личность. Означенные влияния являются не только фоном, который «давит» на человека внешним фактором. Они проникают в самые сокровенные пласты внутреннего мира человека, изменяют его установки на жизнь, мироощущение, миропонимание и мировоззрение, ценностные приоритеты, жизненные ориентации. Общим вектором этих изменений является доминирование прагматичного, земного, упрощенного над высоким, перспективным, отдаленным. С другой стороны, человека беспокоят глобализационные процессы, информационная революция, все более заметна миграция обедневшего населения в регионы и страны более высокого развития, неблагополучная экологическая ситуация, периодические локальные войны и вспышки терроризма (Пищулин 2003).

Между тем, человек не может жить одним негативом. Он стремится к идеалу, несет его в своей собственной душе и стремится передать детям. Родители и родительский дом, малая и большая Родина, добро и справедливость, порядочность и сострадание, милосердие и т.д. имеют

всеобщий характер именно потому, что каждый человек, заинтересован в том, чтобы отношение людей к нему осуществлялось именно с этих позиций. Каждый видит себя лучшим. И хотя не каждому удастся двигаться ступенями позитива, люди тянутся к идеалу, верят в него и надеются на его осуществление. Формирование положительных, апробированных практикой человеческих ценностей осуществляется под влиянием среды, общий контекст которой определяет достаточно высокую долю формирующихся приоритетов. Важная роль в этом принадлежит культуре, литературе и искусству. Однако наиболее эффективным средством ценностной социализации личности является образование. И это не случайно. Образование охватывает человека с ранних стадий юношеского возраста; оно влияет на личность постоянно и целенаправленно; образование осуществляется под руководством педагога, который всегда может дать разъяснения, предостеречь от неадекватного выбора; оно выстраивается на прочном фундаменте науки, где доминирует истина, проверенная социальным опытом и практикой.

Роль образования в формировании ценностных ориентаций личности трудно переоценить. Однако, реализуется этот процесс сейчас далеко не однозначно. Введение образовательных школьных инноваций последнего периода (изменения шкалы оценивания, независимое тестирование, снятие льгот с отличников образования или победителей школьных олимпиад и т.п.) нивелирует ряд функций, вне реализации которых образование превращается в простое «натаскивание» на тот или иной предмет для сдачи тестов, необходимых для поступления в вуз. Ряд составляющих общей цели школьного формирования научной картины мира, умение самостоятельно добывать новые знания, становления научного мировоззрения, дискурс относительно научного (рационального) и ненаучного (повседневного) знания, формирование первичных навыков творчества, а главное, системы национальных и общечеловеческих ценностей оказываются не реализованными в той степени, в которой это необходимо обществу и личности. Школа постепенно отходит от выполнения своей изначальной миссии – обучение и воспитание личности. А если обратить внимание на то что, нынешнее общество находясь в кризисной ситуации отнюдь не способствующей однозначно-позитивной социализации личности, проблема формирования ценностей средствами образования выступает как социально необходимая, а в случае невыполнения – угрожающая.

В разные годы данная проблема ценностей была ведущей в системе философских размышлений М. Вебера, А. Швейцера, О. Шпенглера, М. Хайдегера, Х. Ортеги-и-Гассета, К. Ясперса, М. Бердяева, С. Булгакова, В. Соловьева, В. Розанова, П. Юркевича, М. Розова, Э. Фромма, В. Франкла, Ю. Хабермаса, А. Блюменталя, В. Дильтея, А. Тойнби, П. Сорокина и др.

Среди украинских исследователей проблемы к ней обращались В. Андрущенко, В. Бакиров, В. Барановский, А. Бойко, В. Богданов, В. Викторов, Н. Головатый, Е. Головаха, Г. Горак,

Д. Дзвинчук, Г. Заиченко, В. Зуев, А. Кравченко, В. Кремень, С. Крымский, В. Кушерець, Л. Левчук, Н. Лукашенко, Н. Михальченко, В. Муляр, И. Надольний, В. Пазенок, Н. Победа, М. Попович, И. Предборська, А. Ручка, В. Савельев, Е. Соколов, Л. Сохань, Г. Темко, В. Шинкарук, В. Ярошовець, Т. Ящук и др .Сложность и одновременно неотложность исследования проблемы ценностей как проблемы образования и воспитания подчеркивали украинские и зарубежные философы, педагоги и психологи: Х. Алчевская, С. Ананьин, М. Бахтин, П. Блонский, И. Бех, А. Бычко, Г. Беленький, В .Бутенко, К. Возняк, Б. Гринченко, В. Горский, И. Зязюн, М. Каган, М. Мамардашвили, Л. Левчук, В. Луговой. А. Савченко, В. Сухомлинский, Л. Чепига, С. Шацький, М. Ярмаченко, И. Лейфман, Е. Квятковский, Н. Миропольская, В. Щербина, А. Ручка, В. Шубин и др.

Для формирования и реализации государственной образовательной политики следует определить принципы, на которых основывается эта политика в области образования. Принципы и цели образовательной политики отличаются наибольшей статичностью их изменений, как правило, является следствием изменения или серьезной корректировки политического курса. А действия общества и государства по развитию системы образования в достижении декларируемых целей должны меняться достаточно динамично, адекватно реагируя на различные факторы. Поэтому, характеризуя образовательную политику, важно не только, и даже не столько изучать декларируемые цели, сколько анализировать реальные действия и конкретные результаты развития образовательной системы.

В этом контексте важно продолжать реформу в преподавании дисциплин социально-гуманитарного цикла, поскольку именно указанные дисциплины без преувеличения играют существенную роль в формировании ценностного мира учащейся и студенческой молодежи. По этому поводу уже высказывались конструктивные предложения о необходимости, прежде всего, пересмотра содержания и усиления значения социальной философии как общей методологии социальных и гуманитарных дисциплин (Андрущенко, Савельєв, 2010).

Вырабатывается новый взгляд на гуманизацию и гуманитаризацию высшей школы, что находит отражение в таких процессах:

- унифицирование цикла дисциплин гуманитарного направления, который обогатился рядом актуальных учебных курсов и современных мировоззренческих концепций;
- разнообразилась методика изучения социально-гуманитарных дисциплин за счет отказа от узкого круга устоявшихся догматических приемов (например, обязательное и большое по объему конспектирования первоисточников), укоренился облегченный беллетристический стиль преподавания большинства этих дисциплин;

- высшие учебные заведения получили больше свободы в определении программ социально-гуманитарных дисциплин, стали поощряться авторские методики их преподавания.

Это способствовало повышению действенности образовательной политики, росту роли гуманитарного знания как важного фактора формирования ценностного мира учащихся и студентов. Поскольку в современных условиях гуманитарное знание непосредственно влияет на формирование духовности молодых людей, их мировоззренческо-ценностные ориентации, оно широко используется в разработке и реализации политических, экономических, социальных и других программ.

На его основе разрабатываются гуманитарные технологии, которые рассматриваются как систематизация и упорядочение в пространстве и времени компонентов целенаправленной коллективной деятельности людей. Составляющими гуманитарных технологий, как считал П. Щедровицкий (2004), являются нематериальные элементы: разного типа знания, идеи, схемы, конструкты, знаковая среда (реклама, продукты СМИ и т.д.), квалификации, человеческая психика, доверие, ответственность, авторитет, авторское право и т.п. (Щедровицкий, 2004).

В гуманитарных технологиях важны не столько содержание отдельных элементов, сколько тип системных отношений, который определяет специфику и название той или иной технологии. Главными потребителями гуманитарных технологий сегодня является сфера политики и сфера образования. Так, в системе образования соответствующей технологией выступает способ соорганизации компонентов образования и их упорядоченность в пространстве и времени. Первая попытка технологизировать образование была осуществлена Я. А. Коменским в середине XVI века, прочно вошла в педагогическую практику и остается фактически неизменной уже на протяжении четырех веков. В XX веке употребление термина «технология» в образовании (и в высшем образовании в частности) было связано с использованием технических средств обучения, а затем и с совершенствованием методов обучения и научной организацией учебного процесса с целью повышения его эффективности. Позже, технология образования стала определяться как проект педагогической системы, реализуемой на практике.

Образовательные технологии основываются на гуманитарном знании, которое, в отличие от естественнонаучного, имеет другую организационную схему. Образование как сфера деятельности мышления включает в себя ряд процессов: образование (в узком смысле слова), подготовку кадров, обучение, воспитание. Результатом проектирования, технологизации вышеуказанных процессов в системе образования является технология обучения, подготовки, воспитания и т.д. Комплексное использование всех отдельных технологий позволяет получить целостную технологию образования, которая является основной формой реализации содержания образования.

Итак, вышесказанное дает основания констатировать, что в современном обществе в высшей образования две роли: первая – традиционная, связанная с подготовкой специалистов, вторая – гуманитарная – связана с развитием человеческой личности, формированием ее ценностного сознания, аксиологической сферы.

Ориентация на прагматизм и утилитаризм образовательного процесса такими украинскими и зарубежных учеными, как А. Сидоренко, Б. Юдин, В. Межуев, А. Зиновьев, Ж. Тощенко и др. оценивается как отрицательная, особенно – на университетском уровне. Очевидна тенденция, когда не хватает общей культуры, и это порождает явления функциональной неграмотности обладателей дипломов о высшем образовании и их профессиональной некомпетентности. Задача повышения нравственной культуры студенчества, по мнению ведущих деятелей науки и культуры, является сегодня чрезвычайно актуальным.

В контексте обозначенной выше социальной ситуации очевидна важность культурологической подготовки в высшей школе. Анализ процесса организации общекультурного развития студентов в зарубежных странах и сравнение его с украинской практикой – это очень важный фактор выработки новой модели приобщения студенческой молодежи к культуре и искусству, которая позволила успешно формировать их гуманистические ценностные ориентации.

Человек все чаще сам выстраивает образовательную траекторию, вносит изменения в функционирование образовательных систем в соответствии с собственными, обусловленными внутренними мотивами программами , а также под влиянием субъектов поликультурного социума, который превращается в большую жизненную школу.

Достаточно очевидным в этом контексте становится разрушение целостной культурно-образовательной деятельности человека в пространстве и времени:

- культура, имеющая огромный образовательный потенциал и является мощным фактором развития полноценного человека, его индивидуализации и социализации, будучи творцом и творением, в социоприродном пространстве развития человека действует по принципу функционального дополнения;
- образование как сложный социокультурный феномен не становится полноценной культурносообразной системой в целостном культурном процессе;
- механизм интеграции культуры не отображает такие ее функциональные свойства как универсум, как единство в многообразии, как целостность способов бытия человека;
- во многих исследованиях, посвященным генетически обусловленным взаимосвязям образования и культуры, доказано, что системно связующим элементом культурно-образовательного пространства является человек, но культурные смыслы в образовании и

воспитании не являются основными единицами научно-образовательных программ, не формируется человек как оптимум, «человек культуры» (Молодиченко, 2014).

Таким образом, культура не является концептообразующим, но остается достаточно важным элементом культурно-образовательного пространства. Об этом свидетельствует далеко не полный перечень противоречий, существующих в развитии культурно-образовательного пространства, которое должно стать гармоничным благодаря своей перестройки в мобильный, открытый, гибкий в отношении к реализации способности человека интегрировать в свое мировоззрение разные культурные слои, значения и смыслы.

Сравнивая украинскую систему освоения ценностей (воспитание) с зарубежными образцами, необходимо отметить материалы гуманитарной подготовки в высшей школе за рубежом представленные в работах А. Глузмана, Б. Вульфсона, М. Лещенко, Н. Розова, А. Дубовик, Р. Беланова, В. Полтавец и др. Реализация идей гуманитаризации образования находит воплощение в новом направлении – культурологической подготовке студентов. Не случайно среди сфер компетентности выпускников университетов сейчас на Западе выделены и такие сферы, как «личностно-этическая» и «культуры и досуга», а одной из ключевых компетентностей определена поликультурность (Дарійчук, 2004). Компетентность, как она сегодня трактуется в педагогической науке, характеризуется не столько владением информации, сколько глубинным пониманием проблемы и умением выстроить аргументацию. Относительно «межкультурной компетентности», которая в настоящее время считается новой социальной, а затем и образовательной ориентацией, то она трактуется как положительное отношение к разнообразию культур, языков, обычаев, взглядов во всех сферах жизни (Першукова, 2016, Юзина, 2005).

Заметим, что значительный объем культурологических и художественных курсов в профессиональной педагогической подготовке является общим признаком в отечественной и зарубежной (в частности, французской и британской) практике. Это обусловлено тем, что одной из концептуальных основ воспитательного процесса является тезис об определяющем влиянии искусства и художественно-творческой деятельности на формирование сознания подрастающего поколения – нравственной, интеллектуальной, художественной, эстетической. Поэтому при профессиональной подготовке будущих специалистов цикл дисциплин, которые дают возможность овладеть методиками использования различных видов искусства в воспитательном процессе (на всех уровнях – от восприятия к художественно-творческой деятельности), является чрезвычайно существенным. Однако изучение методики использования искусства для развития личности на этапе ее формирования без знаний о закономерностях развития художественной культуры и художественных произведений невозможно. Это проявление диалектического единства целого и

части. Поэтому блочным культурологическим дисциплинам в педагогической подготовке принадлежит чрезвычайно важное место.

Есть еще одна существенная особенность приобщения к культуре и искусству студенческой молодежи в университетах Европы (например, в Кембридже). Речь идет о том, что процесс приобщения к культуре и искусству может происходить и через включения в учебный процесс наук о культуре и искусстве, и через создание «культурной среды университетов» и « культурного пространства студентов» (Коробов, Хохмин, 2004).

Проблема усиления значимости нравственного образования и воспитания в образовательных системах зарубежья заслуживает, на наш взгляд, отдельного рассмотрения и сравнения с украинской моделью. Доминантной в культурологической подготовке является проблема нравственного образования и воспитания, что отразилось и в определении одной из ведущих сфер компетентности выпускников западных университетов – «личностно-этической», что обусловлено пониманием на современном этапе развития значимость этики как прикладного философского знания, которое доминирует по признаку социальной актуальности в условиях антропологического кризиса, постмодернистского состояния духа. Этим обусловлено признание важности этики в культуре и образовании. Сегодня центры прикладной этики функционируют почти при каждом европейском университете, при университетах США, а во Франции, например, создан Национальный комитет по этике.

Западный вектор движения за повышение качества образования возглавляют США. Европа признает и сейчас преимущества американской образовательной системы, достижения, позволяющие рассматривать ее как образец для подражания. Болонский процесс, в частности, должен решить проблему модернизации европейского образования, чтобы сделать ее конкурентоспособной в сравнении с американской. Первое место в разработке теории содержания образования, без сомнения, принадлежит американским педагогам. Они начали уделять серьезное внимание соотношению науки и учебного процесса, структуры знаний и содержания образования, интеграции ее отдельных компонентов, были предприняты значительные попытки определить дидактические основы отбора содержания, и многое другое. Все это побуждает к внимательному анализу американского опыта в области гуманитарного образования, в культурологическом обеспечении учебного процесса.

В американской традиции долго господствовала идея «сервисного образования», социальная сущность которого заключалась в том, что образование должно служить целям настоящего, интересам, потребностям промышленности, коммерции, экономики, политическим и другим ситуативным целям. Однако во второй половине XX в. США были вынуждены прийти (во всяком случае, на уровне теории), к необходимости определить для университета более важные

стратегические задачи; возникла идея «мультиуниверситета». Американские ученые придерживаются мнения, что университет должен быть микрокосмом общества, центром, где встречаются индивидуальные и общественные интересы. Общее образование обязательно должно помочь студентам получить теоретические знания в сфере нравственности, а еще важнее – навыки жизни с приоритетной ориентацией на нравственные ценности. Одной из основных задач образования на современном этапе считается воспитание культуры социально ответственного решения и поступка, то есть активной творческой деятельности, в которой можно выделить три блока: а) способность к общению с культурой и в культуре, б) способность к воспроизводству культуры, в) способность к самовоспроизведению в культуре.

В учебных заведениях США постоянно увеличивается объем изучения гуманитарных дисциплин. Н. Ладыжець, проанализировав основные тенденции развития современных университетов на Западе и Востоке, пишет: «Даже традиционно-технически и технологически ориентированные университеты вынуждены сегодня существенно увеличить количество аудиторных часов и перечень социально-гуманитарных дисциплин. При этом считается, что гуманитарные дисциплины должны обеспечить индивидуально-личностное развитие, а социальные науки формировать целостное представление о развитии общества как системы (Шевнюк, 2003). Исследователь приводит перечень социально-гуманитарных дисциплин Массачусетского технологического института, который по статусу приравнивается к университету. В перечень входят такие учебные дисциплины, как антропология, история, философия, литература, религиоведение, изобразительное искусство, политология, социология, экономика, история науки и техники, иностранные языка. В конце 80-х – начале 90-х годов XX в. при подготовке бакалавров по специальностям «Финансы», «Маркетинг», «Бухгалтерский учет» в Джорджтаунском университете на изучение гуманитарных дисциплин отводилось 40% всего учебного времени. В начале 90-х годов во многих престижных американских высших технических учебных заведениях существовал обязательный для индивидуальных планов студентов индекс «15-17%». Этот индекс означал, что при выборе дисциплин для индивидуального плана подготовки специалистов (любых специальностей – биологов, математиков, химиков, правоведов и т.д.) – студент обязан включить в свой учебный план учебные дисциплины по искусству и художественной культуры объемом не менее 15-17% от общего количества учебных часов. 56% таких дисциплин в США посвящено изучению «популярных» видов культуры: курсы по телевидению, кино, рекламы, журналистики. Статус общегосударственной в США получила программа «Назад к истокам». Она реализована в ведущих университетах США, в частности Гарвардском, Йельском, Принстонском и других, для студентов негуманитарных специальностей и предусматривает обязательное изучение десяти учебных дисциплин из пяти основных сфер культуры: три – по литературе и искусству, два – из

истории, два – из социально-философского анализа, два – из естественной сферы, один – из языка и краеведения.

Расширение гуманитарной направленности обучения в вузах - одна из основных особенностей образования в США. Исследования американских психологов (Д. Мак-Клелланд, А. Стюарт, Д. Винтер и др.) убедительно доказали, что гуманитарные науки играют большую роль в развитии важнейших качеств личности, ее общей культуры: логического мышления, способности к рефлексии и глубокого осознания собственного «я». Социальная и гуманитарная подготовка рассматривается как показатель мировоззренческой культуры.

Такие доминанты культурологической подготовки, как приоритетность рассмотрения этических проблем и нравственного развития студентов, полиэтничность и поликультурность, уделение значительного внимания изучению литературных произведений как основы художественно-эстетического образования, развитие самостоятельного мышления, формирование критического отношения к информации, развитие коммуникативных способностей, делают вузы США примером для подражания при решении проблемы модернизации гуманитарного образования в университетах Украины, создания оптимальной модели культурологической подготовки.

Выводы

Сравнительный анализ систем культурологической подготовки в украинском и зарубежном образовательном пространстве позволяет сделать выводы о тенденциях в решении проблем культурологического обеспечения учебного процесса в университетах.

1. В развитии университетского образования за рубежом сейчас наблюдаются две активные тенденции: первая – к сохранению и даже увеличение доли гуманитарной составляющей в университетском образовании, а вторая – к сокращению гуманитарной составляющей и преобразования университетов в высшие профессиональные школы.

2. Создание условий для усвоения достижений культуры и искусства является ориентиром в социогуманитарной подготовке студентов, при этом модели культурологической подготовки отличаются вариативностью. Повышение качества образования благодаря расширению наук о культуре и художественном достоянии являются характерной особенностью культурной политики цивилизованных стран.

3. В теории и практике гуманитарной подготовки учащейся молодежи за рубежом активно разрабатывается и реализуется задача оптимизации образования. Это проявляется в увеличении объема учебных часов на изучение курса «Этика» и учебных дисциплин, позволяющих

осмысливать морально-этические проблемы социальной и профессиональной жизни, исторических и изображенных в художественных произведениях событий и ситуаций.

В украинском образовательном пространстве необходимость этизации учебного процесса осознается теоретически, однако тенденцией развития практики является как правило отсутствие самостоятельной учебной дисциплины «Этика» в учебном плане и сокращения объема часов на изучение интегративной дисциплины «Основы этики и эстетики». Введение дисциплин отраслевой этики таких как «Этика бизнеса», «Этика налоговика» и т.п., по мнению специалистов, не дает возможности решать эту проблему комплексно.

4. Поликультурное образование на Западе призвано способствовать созданию мировоззренческих основ для реализации задач полиэтнического воспитания. Межкультурная компетентность остается ведущим социально-образовательным ориентиром и трактуется как положительное отношение к разнообразию культур, языков, обычаев, взглядов во всех сферах жизни. Целью поликультурных требований к студентам университетов является углубление и расширение понимания рассово – и этнически неоднородного общества, создание условий для предотвращения возникновения социальных конфликтов на межнациональной почве. В украинском образовательном пространстве цель поликультурного образования определяется и как формирование культурологического мироощущения, воспитания у студентов заинтересованности и уважения к культурам других народов, понимания общечеловеческого и специфического в этих культурах, внимания к глобальным, общемировым событиям, понимание их характера и последствий для судьбы народов мира, развитие навыков системного подхода к изучению мировых процессов, воспитание признания равноправными различных взглядов на мировые явления и события. Зарубежный опыт культурологической подготовки отличается большей утилитарностью, украинский – большей академичностью.

5. Ознакомление с культурами разных народов в учебных заведениях на Западе осуществляется по принципу «от близкого к далекому», в материалах учебных дисциплин придерживаются такой последовательности: культура собственного народа (титульной нации), культура народов, живущих на территории страны (национальных меньшинств), соседних народов (по территориальному признаку); народов, близких по языковому признаку; народов, близких по «исторической судьбе» (например, если это бывшие колонии), культура других народов мира.

В украинской практике в учебной дисциплине «Культурология» логика изучения мировой культуры отмечается последовательным историзмом. Это в большей степени соответствует принципу «от далекого – к близкому». Учебная дисциплина «История украинской культуры» выделяется в блок дисциплин по выбору или представлена как проблемный блок в базовом курсе.

6. При изучении наук о культуре в учебных заведениях Запада доминирует ориентация на этнографический компонент, то есть прежде всего внимание сосредотачивается на ознакомлении с обычаями, традициями, верованиями, ментальностью, народном художественном творчестве, фольклором, общественном быте, материальной культуре.

В украинском образовательном пространстве в изучении наук о культуре преобладает философско-исторический подход. Учебный курс «Этнография Украины»/«Украиноведение», формировавшего этнографическую проблематику в гуманитарной составляющей университетского образования, из нормативного стал вариативными, а в учебной дисциплине «Культурология» этнографический материал не представлен.

7. В высших учебных заведениях Запада происходит становление культурологии как научно-прикладной междисциплинарной области и специальной учебной дисциплины. Украинские вузы находятся на этапе становления теоретических предпосылок рассмотрения культурологических дисциплин как междисциплинарного направления.

8. В странах Запада формируется тенденция к развитию в плоскости «школа – вуз» системы приобщения подрастающего поколения к классическим образцам культурных и художественных достижений человечества, ставится задача ликвидировать разрыв между дисциплинами которые должны логически продолжать друг друга и иметь педагогическую, методическую, воспитательную преемственность в системе «школа – вуз».

В украинском образовательном пространстве проблема создания горизонтали «школа – вуз» на принципах системности, последовательности, преемственности как условия для качественного художественного и культурного воспитания подрастающего поколения на протяжении всего времени пребывания в учебных заведениях как фактора демократизации доступа к культуре, одного из основных задач воспитательного процесса еще требует разработки как комплексная задача на уровне теории и практики.

9. В высших учебных заведениях за рубежом в структуре культурологического знания значительное внимание уделяют изучению литературных произведений, рассматривая их как мощный эмоционально-образный источник формирования направленности личности на выбор общечеловеческих ценностей, как основу личностного духовно-нравственного и художественно-эстетического развития.

В украинских учебных заведениях литература традиционно не была представлена в гуманитарной составляющей университетского образования. Изучение литературных произведений при культурологической подготовке не предусмотрена в программах учебного курса «Культурология» и сейчас.

10. Развитие междисциплинарного культурологического направления в гуманитарном компоненте образования на Западе проходит на принципах дифференциации и индивидуализации учебного процесса. Культурологическое направление, как правило, представляет комплекс дисциплин по выбору студента. Гибкий индивидуальный учебный план позволяет учитывать склонности каждого студента, достигать большей дифференциации обучения, развивать самостоятельность, ответственность и индивидуальную активность. В украинских учебных заведениях формирование комплекса культурологических дисциплин в выборочной части учебного плана является второстепенным в сравнении с специальными, «профессиональными» учебными дисциплинами.

11. В процессе изучения культурологических дисциплин в учебных заведениях Запада развивают навыки групповых дискуссий, публичных выступлений, написание творческих работ как залога успешности межкультурной коммуникации, межличностного общения, доминируют рефлексивные методы обучения. В украинских высших учебных заведениях преобладают тенденция использования информационных методов в изучении культурологических дисциплин, способность дискутировать относительно сложных проблем, анализировать противоречие, давать оценку разнообразным художественным и этическим явлениям развивается не достаточно.

Список литературы

1. Андрущенко, В. П.; Савельєв, В. Л. (2010). Освітня політика (огляд порядку денного). К. : «МП Леся».
2. Молодиченко, В. В. (2014). Гармонізація культурно-освітнього простору вищої школи: проблеми та перспективи: моногораія. Мелітополь – Седльце : Вид-во МДПУ імені Б. Хмельницького, Вид-во Природничо-гуманітарного університету в м. Седльце, с. 18–22.
3. Дарійчук, Л. (2004). Система освіти України: реформування чи оновлення. Вища школа, 1, с. 29–40.
4. Коробов, А. И.; Хохмин, Ю. В. (2004). Наука образование в университете Кембриджа. Весенние заметки об осенних впечатлениях. *Наука и общество*, 3, с. 24–29.
5. Першукова, О. О. (2016). Тенденції розвитку багатомовної освіти школярів у західноевропейському контексті. *Український педагогічний журнал*, 2 , с. 13–22.
6. Пищулин, Н. П. (2003). Философия образования. М. : Жизнь и мысль.
7. Шевнюк, О. Л. (2003). Культурологічна освіта майбутнього вчителя: теорія і практика. *Монографія.* К. : НПУ ім. МП Драгоманова.
8. Щедровицкий, Г. П. (2004). Психология и методология (1): Ситуация и условия возникновения концепции поэтапного формирования умственных действий. Т. 2. Вып. 1. М. : Путь.
9. Юзина, Т. (2005). Науки про культуру та мистецтво в структурі гуманітарної університетської освіти: аналіз зарубіжних тенденцій. 5, с. 90.

REKREACINIŲ OBJEKTŲ SISTEMA SAUGOMOSE TERITORIJOSE

***Novikov Artūr*[1], *Perkumienė Dalia*[1,2]**

[1]*Aleksandro Stulginskio universitetas, Kaunas, Lietuva*

[2]*Kauno miškų ir aplinkos inžinerijos kolegija, Kaunas, Lietuva*

Anotacija. Straipsnyje atskleidžiamas ryšys tarp visuomenės aplinkosauginio švietimo ir rekreacinių objektų saugomose teritorijose. Išskiriamos dvejos rekreacinių objektų sistemos Lietuvos saugomose teritorijose. Atkreipiamas dėmesys į nagrinėjamų objektų veiklos plėtrą, jų ryšį su visuomene, nurodyti ekologinio, istorinio bei kultūrinio visuomenės švietimo metodai. Konkrečiai sulyginamos bei išanalizuotos „Krekenavos“ ir „Labanoro“ regioninių parkų darnaus vystymo koncepcijos.

Raktiniai žodžiai: aplinkosauginis švietimas, rekreaciniai objektai, saugomos teritorijos, visuomenės švietimas, regioninis parkas.

Įvadas

Siekiant išsaugoti Lietuvos gamtą bei užtikrinti įgyvendintų praktinių gamtosaugos darbų ilgalaikį efektą, itin daug dėmesio yra skiriama aplinkosauginiam ir ekologiniam visuomenės švietimui. Šiems tikslams įgyvendinti puikiai tinka saugomos gamtos teritorijos, kurios turi ypatingą gamtosauginę, mokslinę, kultūrinę, estetinę bei rekreacinę vertę šiuolaikinėje visuomenėje. Tai reiškia, atsižvelgiant į tam tikras funkcijas, vertėtų steigti rekreacinius objektus, vienijant juos į sistemą, kuri užtikrintų šių teritorijų stabilumą.

Aplinkosauginio ir ekologinio visuomenės švietimo vystimui taip pat yra organizuojami įvairūs gamtos apsaugą propaguojantys renginiai bei pažintinės išvykos, reguliariai rengiami ir dažniausiai nemokamai platinami įvairūs leidiniai, supažindinantys su mūsų šalies gamtos įvairove, jos apsaugos bei natūralios aplinkos atkūrimo galimybėmis ir metodais.

Tyrimo objektas yra dviejų rekreacinių objektų sistemų palyginamoji analizė atskirose Lietuvos Respublikos saugomose teritorijose.

Tikslas – išanalizuoti rekreacinių objektų sistemos reikšmę saugomose teritorijose.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti rekreacinių objektų saugomose teritorijose steigimo tikslus bei jų reglamentavimą.
2. Atskleisti ekologinio ir aplinkosauginio visuomenės švietimo sampratą.
3. Išnagrinėti rekreacinių objektų sistemas saugomose teritorijose.

Tyrimo tikslui pasiekti naudojami šie metodai: lyginamasis, analitinis, sisteminis, sintezės.

Rekreacinių objektų steigimas saugomose teritorijose

Saugomos teritorijos Lietuvos Respublikos Saugomų teritorijų įstatyme (Lietuvos..., 2016) apibrėžiamos kaip sausumos arba vandens plotai, kuriuose dėl jų savitumo valstybė yra nustačiusi apsaugos ir naudojimo režimą. Saugomos teritorijos turi didžiulę įtaką, siekiant mažinti žmogaus daromą žalą supančiai gamtinei aplinkai bei norint išsaugoti jos kokybę. Veikla rekreacinėse teritorijose sudaro reikšmingą bazę, ne tik gamtinio paveldo išsaugojimui ir mokslinių tyrimų atlikimui gamtinėse laboratorijose, tačiau ir didėlei daliai visuomenės ekologiniam švietimui. Saugojimų teritorijų suskirstymas Lietuvoje atvaizduotas 1 paveiksle (1 pav.).

1 pav. *Saugomos teritorijos Lietuvoje*

Rekreacinė teritorija – gamtines ar kultūrines aplinkos savybes ir sąlygas žmonių visaverčiam fiziniam bei dvasiniam poilsiui organizuoti turinti teritorija, kurios ribos, žemės naudojimo būdas ir pobūdis yra nustatytas, rekreacinio naudojimo prioritetas suteiktas teritorijų planavimo dokumentais ar teisės aktais. Rekreacinių teritorijų samprata ir rūšys[1], šių teritorijų išskyrimas priklauso nuo teritorijų planavimo lygmens[2].

Rekreacinių teritorijų planavimo tikslai priklauso nuo valstybės ir visuomenės bei privačių asmenų poreikių, kurie yra nustatomi priklausomai nuo rengiamo teritorijų planavimo dokumento rūšies bei lygmens. Svarbiausi rekreacinių teritorijų planavimo tikslai yra šie:

1. patenkinti visuomenės rekreacinius poreikius, atsižvelgiant į valstybės, visuomenės, žemės savininkų bei naudotojų interesus;
2. užtikrinti racionalų rekreacinių išteklių naudojimą bei apsaugą;
3. nustatyti prioritetines teritorijos turizmo ir rekreacijos vystymo kryptis ir rekreacinių teritorijų vystymo strategiją nacionaliniu, regioniniu, savivaldybių ir vietiniu lygiu, rekreacinės veiklos

[1] Rekreacinė sritis, rekreacinis rajonas, rekreacinė vietovė, rekreacinis žemės sklypas.
[2] Gurskienė V., Ivavičiutė G., Rekreacinė kraštotvarka, mokomoji knyga. Kaunas: Ardiva, 2008.

specializaciją (kurortinė, poilsinė, pažintinė, pramoginė, gydomoji, sportinė, kultūrinė, kaimo turizmas ir kt.);

4. nustatyti rekreacinių teritorijų ribas, kitą (rekreacinę) žemės sklypų pagrindinę tikslinę naudojimo paskirtį, teritorijos tvarkymo reglamentą ir/ar rekreacinių išteklių naudojimo bei apsaugos režimą, šių teritorijų naudojimo būdą bei pobūdį, servitutus;

5. rekreacinių teritorijų tvarkymo principus ir priemones (taip pat numatyti vietas rekreacinės infrastruktūros vystymui, galimas atskirų objektų statybos zonas ir vietas, nustatyti galimas turizmo trasas ar jų dalis, želdinių bei teritorijos pertvarkymo priemones, kitas sąlygas)[3].

Veiklą rekreacinėse teritorijose, jų rekreacinių išteklių naudojimą ir apsaugą, šių teritorijų planavimą reglamentuoja Saugomų teritorijų (Žin., 1993, Nr. 63-1188; 2001, Nr. 108-3902), Žemės (Žin., 1994, Nr. 34-620; 2002, Nr. 102-4551), Miškų (Žin., 1994, Nr. 96-1872; 2003, Nr. 123-5593), Turizmo (Žin., 1998, Nr. 32-852; 2003, Nr. 114-5119), Teritorijų planavimo (Žin., 1995, Nr. 107-2391; 2003, Nr. 42-1916) įstatymai, Specialiosios žemės ir miško naudojimo sąlygos (Žin., 1992, Nr. 22-652; 2003, Nr. 105-4709), saugomų teritorijų individualūs apsaugos reglamentai, kiti teisės aktai bei nuostatai (Rekreacinių..., 2004).

Ekologinis ir aplinkosauginis visuomenės švietimas

Ekologinis ir aplinkosauginis visuomenės švietimas nacionaliniuose parkuose ir rezervatuose yra realizuojamas ekologinio turizmo pagalba. Jo tikslas yra spręsti įvairius tarpusavyje susijusius uždavinius:

- ekologinis švietimas, kultūros santykių plėtra su gamta, ekologinių normų elgesio steigimas gamtinėje aplinkoje, žmogaus asmeninės atsakomybės vystymas už gamtos likimą;
- dvasinių bei fizinių žmogaus jėgų atstatymas, visavertis poilsis;
- gamtos apsauga, žalos gamtinei aplinkai mažinimas;
- socialinis – ekonominis atskirų regionų bei visos šalies vystymas.

Ekologinis turizmas (ecotourism) – kelionės į beveik nepažeistas ir neužterštas, dažniausiai saugomas gamtines teritorijas, norint jose apsistoti, studijuoti ir stebėti augalus ir gyvūnus bei vietines kultūrines apraiškas, nedarant neigiamo poveikio aplinkai ir sudarant socialinės ekonominės veiklos galimybes vietiniams gyventojams[4].

Rekreacinių objektų sistema saugomose teritorijose

[3] Gamtinės aplinkos tinkamumo rekreacijai tyrimai, 2015. – [žiūrėta 2017.01.08]. – Prieiga per internetą: http://mokslai.lt/referatai/zemes-ukis/gamtines-aplinkos-tinkamumo-rekreacijai-tyrimai.html.

[4] ES struktūrinė parama, 2007-2013. – [žiūrėta 2017.01.06]. – Prieiga per internetą: http://www.esparama.lt/duk-perziura?faq_id=090bdd53800b1580.

Rekreacijos objektų sistemų saugomose teritorijose tyrimui buvo pasirinkti ir palyginti „Krekenavos“ ir „Labanoro“ regioniniai parkai, esantys Lietuvos Respublikos teritorijoje.

Krekenavos regioninis parkas įsteigtas Panevėžio (didžioji dalis) ir Kėdainių rajonuose 1992 m., siekiant išsaugoti Nevėžio vidurupio paslėnio kraštovaizdį bei jo gamtinę ekosistemą. Ši gamtinė ekosistema taip pat turi ir kultūrinio paveldo reikšmę. Bendras parko plotas siekia 11589 ha. Parko apsaugos zona sudaro 4089,9 ha, o rekreacinė zona užima 266,7 ha. Krekenavos regioninio parko teritorijoje yra sekantys objektai:

- informacinis centras, kurio interjeras buvo sukurtas siejant su parko tematiką. Čia taikomi netradiciniai informacijos pateikimo metodai apie parko florą ir fauną, apie istorinius, aktualius bei perspektyvius procesus, kurie yra vykdomi parko teritorijoje. Šių netradicinių metodų išskirtinumas yra tame, kad jie aprėpią ir apjungią skirtingus informacijos suvokimo būdus (regėjimas, klausa, uoslė, lytėjimas) ir prie viso šito būtinai išlaiko žaidimų elementus;
- 3 turizmo sodybas, išdėstytas toli nuo saugomų vietų, neigiamo poveikio gamtai prevencijai;
- 3 poilsio vietas;
- 3 vietas kempingui;
- 1 pliažą;
- 1 laužavietę;
- 2 apžvalgos bokštus;
- 1 lino muziejų;
- 5 automobilių stovėjimo vietas.

Krekenavos regioninis parkas įsteigtas Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos – Atkuriamojo Seimo 1992 m. rugsėjo 24 d. nutarimu Nr. I–2913 „Dėl regioninių parkų ir draustinių įsteigimo“ (Žin., 1992, Nr. 30–913). Regioninio parko paskirtis, nustatyta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1999 m. balandžio 29 d. nutarimu Nr. 490 „Dėl regioninių parkų nuostatų patvirtinimo“, yra išsaugoti Nevėžio senslėnį su senvagių kompleksais, Nevėžio, Upytės, Liaudies, Veišetos ir Linkavos upių slėnius, Gringalių, Pašilių ir Ramygalos miškų bei pelkių gamtinę ekosistemą, Pašilių stumbryną; išsaugoti kultūros paveldo vertybes[5].

Labanoro regioninis parkas yra rytinėje Lietuvos dalyje, Švenčionių, Molėtų ir Utenos rajonuose. Parko teritorija užima 55344 ha plotą. Parkas įsteigtas 1992 m., siekiant išsaugoti Labanoro girios ir jos ežerynų kraštovaizdį, jo gamtinę ekosistemą bei kultūros paveldo vertybes, rekreaciniu požiūriu vertingus Rytų Aukštaitijos kraštovaizdžio kompleksus. Parke yra daug žvejybai tinkamų ežerų, Labanoro girioje gausu uogų ir grybų, atvyksta daug grybautojų. Įspūdingas vandens maršrutas nuo Siesarties ežero Lakajos upe iki Žeimenos, puikios sąlygos keliauti pėsčiomis ir dviračiais. Sustoti nakvynei leidžiama rekreacinėse

[5] Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos, 2012a. – [žiūrėta 2017.01.08]. – Prieiga per internetą: http://www.vstt.lt/VI/rubric.php?rubric_id=132.

zonose. Parke siūloma keliauti esančiais keliais ir takais pro vaizdingus ežerus, per nuostabaus grožio miškus, apsistojant schemose nurodytose stovyklavietėse. Maudytis rekomenduojama prie esančių stovyklaviečių, poilsiaviečių ar kempingų.

Labanoro regioninis parkas įsteigtas Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos – Atkuriamojo Seimo 1992 m. rugsėjo 24 d. nutarimu Nr. I–2913 „Dėl regioninių parkų ir draustinių įsteigimo“ (Žin., 1992, Nr. 30–913. Regioninio parko paskirtis, nustatyta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1999 m. balandžio 29 d. nutarimu Nr. 490 „Dėl regioninių parkų nuostatų patvirtinimo“, yra išsaugoti ypač vertingą gamtiniu požiūriu Labanoro girią ir ežeryną su Aiseto, Kertojų, Lakajų, Rašios, Stirnių ir kitais ežerais, Beržaloto aukštapelkę; išsaugoti kultūros paveldo vertybes, iš jų - urbanistinius bei etnokultūrinius kompleksus, pilkapius ir kitką[6].

Būtina atkreipti dėmesį į bendrą Lietuvos rekreacinių parkų tendencijas – parkuose nėra jokių maitinimo įstaigų ar maitinimo punktų. Taip pat, pastebimas bendras bruožas – mažai vietų nakvynėms, skirtoms ilgalaikiui poilsiui. Šis bruožas išteka iš bendro šalies mentaliteto – mažas Lietuvos teritorijos plotas daro įtaką šalies piliečių mobilumui ir tai apsunkina ilgo poilsiavimo gamtinėje aplinkoje sąlygas. Tai yra, net tie nakvynei skirti objektai, kurie yra parkuose, yra ne visiškai paklausūs.

Saugomos teritorijos Lietuvoje turi didelę visuomenės paklausą. Didelis dėmesys skiriamas ekologiniam visuomenės švietimui, tokių teritorijų pagalba. Tik per 2016 metus tokias gamtinio – ekologinio švietimo vietas aplankė apie 3500 žmonių. Be to, kiekvienas rekreacinis objektas turi savo atskirą švietimo sistemą, pagal kurią vykdo savo veiklą.

Išvados

1. Aplinkosauginis ir ekologinis visuomenės švietimas turi didžiulę įtaką, norint išsaugoti Lietuvos gamtą bei užtikrinti įgyvendintų praktinių gamtosaugos darbų ilgalaikį efektą. Būtent šiems tikslams ir yra steigiamos saugomos gamtos teritorijos, kurios turi gamtosauginę, mokslinę, kultūrinę, estetinę bei rekreacinę vertę šiuolaikinėje visuomenėje.
2. Kuriant rekreacinę infrastruktūrą, svarbu protingai reguliuoti lankytojų srautus, kad jie kuo mažiau paveiktų gamtą, o lankytojai patirtų kuo didesnę rekreacinę naudą. Tai priklauso nuo tinkamai plėtojamų rekreacinių sistemų ir objektų.
3. Buvo išanalizuotos ir palygintos dviejų Lietuvos rekreacinių objektų sistemos saugomose teritorijose. Analizei buvo pasirinkti „Krekenavos“ ir „Labanoro“ regioniniai parkai. Pastebima tai, jog Lietuvoje yra sutelktas ypač didelis dėmesys visuomenės ekologiniam bei aplinkosauginiam švietimui. Šiems tikslams yra vykdomi įvairūs pažintiniai renginiai bei išvykos, supažindinančios su mūsų šalies gamtos įvairove, jos apsaugos bei natūralios aplinkos

[6] Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos, 2012b. – [žiūrėta 2017.01.08]. – Prieiga per internetą: http://www.vstt.lt/VI/rubric.php?rubric_id=135.

atkūrimo galimybėmis ir metodais. Taip pat, rekreacinės teritorijos nėra perpildytos pramoginiais kompleksais, kurie gali daryti neigiamą poveikį tokių teritorijų gamtiniui unikalumui.

4. Lietuvoje vykdomos rekreacinių objektų sistemos saugomose teritorijose tikslas yra sutelktas ne į pelno gavimą iš atvykstančių turistų, kurių skaičius yra ganėtinai didelis. Šį faktą taip pat patvirtiną maitinimo įstaigų bei sportinių – pramoginių kompleksų nebūvimas rekreacinėse teritorijose. Galima sakyti, jog Lietuvos rekreacinių objektų sistema linkusi veikti pagal stabilią plėtros koncepciją.

Literatūros sąrašas

1. Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatymas, 1993. [žiūrėta 2017.01.06]. Prieiga per internetą: http://www.heritage.lt/t_aktai/istatymai/saugomu_teritoriju.htm.
2. Gurskienė, V., Ivavičiutė, G. (2008). Rekreacinė kraštotvarka, mokomoji knyga. Kaunas: Ardiva.
3. Rekreacinių teritorijų naudojimo, planavimo ir apsaugos nuostatai. (2004). [žiūrėta 2017.01.06]. Prieiga per internetą: http://www.realierdve.lt/index.php?option=com_content&view=article&id=154.
4. ES struktūrinė parama, 2007-2013. (2017). [žiūrėta 2017.01.06]. Prieiga per internetą: http://www.esparama.lt/duk-perziura?faq_id=090bdd53800b1580.
5. Kitos paskirties žemės naudojimo būdai ir pobūdžiai http://www.miliukstis.lt/kitos-paskirties-zeme.html.
6. Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos. (2012a). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: http://www.vstt.lt/VI/rubric.php?rubric_id=132.
7. Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos. (2012b). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: http://www.vstt.lt/VI/rubric.php?rubric_id=135
8. Krekenavos regioninio parko direkcija. Valstybės biudžetinė įstaiga. (2017). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: http://krpd.am.lt/VI/index.php#r/222.
9. Dieveniškių istorinio regioninio parko direkcija. Valstybės biudžetinė įstaiga. (2017). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: http://www.labanoroparkas.lt/VI/index.php.
10. Lietuvos saugomos teritorijos. (2017). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: https://saugomosteritorijos.wordpress.com/bendra-informacija/.
11. Lietuvos gamtos fondas. (2017). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: http://www.glis.lt/?pid=94.
12. Gamtinės aplinkos tinkamumo rekreacijai tyrimai. (2015). [žiūrėta 2017.01.08]. Prieiga per internetą: http://mokslai.lt/referatai/zemes-ukis/gamtines-aplinkos-tinkamumo-rekreacijai-tyrimai.html.
13. Kavaliauskas, P. (1997). Lietuvos saugomų teritorijų sistema ir regioniniai parkai. Kurtuva.
14. Lietuvos Respublikos žemės įstatymas. (1994). Žin., 1994, Nr. 34-620; 2002, Nr. 102-4551.
15. Lietuvos Respublikos miškų įstatymas. (1994). Žin., 1994, Nr. 96-1872; 2003, Nr. 123-5593.
16. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas. (1998). Žin., 1998, Nr. 32-852; 2003, Nr. 114-5119.
17. Lietuvos Respublikos teritorijų planavimo įstatymas. (1995). Žin., 1995, Nr. 107-2391; 2003, Nr. 42-1916.
18. Lietuvos Respublikos specialiosios žemės ir miško naudojimo sąlygos. (1992). Žin., 1992, Nr. 22-652; 2003, Nr. 105-4709.

19. Dėl regioninių parkų ir draustinių įsteigimo. (1992). Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos nutarimas. Žin., 1992, Nr. 30–913.
20. Dėl regioninių parkų nuostatų patvirtinimo. (1999). Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas. Žin., 1999, Nr. 490.

PROTECTIVE REGULATIONS OF WOMEN EMPLOYEES UNDER TURKISH LABOUR LAW

Oguz Özgür[1], Perkumienė Dalia[2,3], Mikalauskienė Nerija[3]

[1]Anadolu University, Anadolu, Turkey

[2]Aleksandras Stulginskis University, Kaunas, Lithuania

[3]Kaunas College, Kaunas, Lithuania

Anotation. Participation of men and women employees together in professional life is very important in terms of increasing the living condition and welfare level of the family which is the keystone of the society. However it is required to make protective regulations for women since they are both physically and biologically weaker compared to men employees and taking the large part of the responsibility in terms of family matters besides taking an active role in Professional life. As per Labor Code article 5, the employer must not make any discrimination, against an employee in the conclusion, conditions, execution and termination of his (her) employment contract due to the employee's sex or maternity. Furthermore, according to Labor Code and Occupational Health and Safety Law No: 6331 women employees are allowed to work in night work under certain conditions and a set of rights are provided to the advantage of expectant and nursing mothers.

Key Words: Women employees, gender, equality, maternity, breastfeeding.

Protectıve regulatıons of women employees under turkısh labour law

A. In General

Women's contribution to business life is increasing day by day, and accordingly it is required to make some protective regulations concerning women employees. Although some of the problems faced in the business life are similar for both women and men employees, it is a fact that, compared to men, women employees face with more problems due to their physical structure, family responsibilities and social structure[7].

It is possible to find protective regulations regarding women employees in various provisions of Labor Code No: 4857[8]. Furthermore, such protective regulations can be found in Occupational Health and Safety Law No: 6331[9] and the provisions of the relevant regulations issued by the Ministry of Labor and Social Security in accordance with the before-mentioned law. It should be stated that some provisions

[7] Ebru Pakin Akın, **Türk Hukukunda Kadın İşçilerin Sosyal Güvenliği**, Legal Yayıncılık, İstanbul-2005, p.1.
[8] Official Gazette., Date. 10.06.2003, Issue No.25134. Source: mevzuat.basbakanlık.gov.tr., Accessed: 16.02.2017.
[9] Official Gazette., Date. 20.06.2016, Issue No.28339. Source: www.kazanci.com, Accessed: 23.02.2017.

concerning women employees in Labor Code and Occupational Health and Safety Law (and the relevant regulations) are parallel to each other, and it is possible to say that the provisions in both laws are complementary[10]. The provisions in Labor Code and Occupational Health and Safety Law concerning women employees will be presented below.

B. Equal Treatment Obligation of Employer and Assessment of This Obligation with respect to Women Employees

Equal Treatment Obligation in General

Equal treatment obligation,[11] which employer is obliged to fulfill for employee according to employment contract, is based on the principle[12] of equity[13]. The basis of such obligation which the employer is obliged to fulfill is Article 10 of the Constitution titled under "*Equality before the Law*". When Article 10 of the Constitution is considered, it can be seen that everyone is equal before the law without distinction as to language, race, color, sex, political opinion, philosophical belief, religion and sect, or any such grounds,[14] and state organs and administrative authorities are obliged to act in compliance with the principle of equality before the law in all their proceedings.

The legal basis of the obligation of equal treatment and non-discrimination that the employer is obliged as a requirement of employment relationship is Article 5 of Labor Code No. 4857, which is titled as *"The Principle of Equal Treatment"* and based on Article 10 of the Constitution. According to the aforementioned regulation, unless there is a valid reason, employer shall not make any discrimination

[10]Occupational Health and Safety Law has taken the place of the provisions regarding Occupational Health and Safety in Chapter 5 of Labor Code. *"...While the issue of Occupational Health and Safety was included in Chapter 5 of Labor Code No: 4857, Grand National Assembly of Turkey has brought a new law focusing on the same issue with humanitarian aspects by enacting Law No: 6331 on 20.06.2012. Hence, the provisions of Labor Code No: 4857 on Occupational Health and Safety will have been repealed by the date of 30.12.2012 (6331/37)..."* Erol Akı, **6331 Sayılı İş Sağlığı Ve Güvenliği Kanunu Ve Çalışma Yaşamına Etkileri**, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, V.15, Special Issue., İzmir-2014, 3-24, p.1.

[11] Sarper Süzek, **İş Hukuku**, Beta Basım, 11th Edition, İstanbul-2015, p.478; Nuri Çelik/Nurşen Caniklioğlu/Talat Canbolat, **İş Hukuku Dersleri**, Beta Basım, 28th Edition, İstanbul-2015, p.287.; Murat Demircioğlu/Tankut Centel, **İş Hukuku**, Beta Basım, 18th Edition, İstanbul-2015, p.111.; Ercan Poyraz, **İş Hukuku**, Seçkin Yayıncılık, 4th Edition, Ankara-2013, p.68.; E. Tuncay Senyen Kaplan, **Bireysel İş Hukuku**, Gazi Kitabevi, Ankara-2015, p.178.; Esin Karacan, **İş Hukuku**, Umuttepe Yayınları, 1st Edition, İzmit-2010, p.84.; Şükran Ertürk, **İş İlişkisinde Temel Haklar**, Seçkin Yayıncılık, 1st Edition, Ankara-2002, p.96.; Fevzi Demir, **İşverenin Eşit İşlem Yapma Borcu ve Ayrım Yasağı Tazminatının Diğer Tazminatlarla İlişkisi**, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, V.11., Issue.41., İstanbul-2014, 15-25, p.16.; Sera Reyhani Yüksel, **İş Hukukunda Eşit Davranma İlkesi**, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, V.10, Issue.39.İstanbul-2013, 57-80, p.60.; Öner Eyrenci, **4857 Sayılı İş Kanunu ile Getirilen Yeni Düzenlemeler, Genel Bir Değerlendirme**, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, V.1, Issue.1., İstanbul-2004, 15-56, p.22.; Şükran Ertürk/İlke Gürsel, **İş Hukuku'nda Eşit Davranma İlkesi**, Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan, Beta Basım, V.1., Ankara-2011, 425-458, p.425.; Rabia Sever, **İşverenin Eşit Davranma Borcu**, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, V.9., Issue.34., İstanbul-2012, 33-72, p.35.; Murat Kandemir/Didem Yardımcıoğlu, **İş Hukukunda Eşitlik İlkesi**, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, V.19., Issue.30-31., Diyarbakır-2014, 1-44, p.14.; Kübra Doğan Yenisey, **İş Kanununda Eşitlik İlkesi ve Ayrımcılık Yasağı**, Çalışma ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi, Issue. 4., İstanbul-2004, 63-82, p.64.

[12] Süzek (2015), p.478.; Senyen Kaplan (2015), p.178.; Karacan (2010), p.84.; Sever (2012), p.35.; Kandemir/Yardımcıoğlu (2014), p.5.; Doğan Yenisey (2004), p.64.; Demir (2014), p.16.

[13] For more different views on the basis of equal treatment obligation see. Ertürk (2002), p.96-99.

[14] *" ...having considered the expression of 'and similar reasons', it is understood that the Law maker does not intent to restrict absolute discrimination prohibitions in Article with limited cases, and similar cases that are parallel in nature to the discrimination prohibitions listed in such article may be included in the scope of this article..."* Ertürk/Gürsel (2011), p.434.

between employees who have similar or different status[15] and shall not exhibit differential treatment[16]. According to Article 5 of Labor Code, the employer shall not make any discrimination within the scope of the employment relationship based on language, race, sex, disability, political opinion, philosophical belief, religion and religious sect or similar reasons, and also as stated in the second subsection of the same provision, unless there are essential reasons for differential treatment, the employer shall not make any discrimination between a full-time and a part-time employee or an employee working under a fixed-term employment contract and one working under an open-ended employment contract.

The obligation of equal treatment that the employer is obliged to fulfill should not be interpreted as the employer must treat all employees equally in any case[17]. In fact, the obligation of equal treatment requires the equal treatment for employees with similar and same status and restricts the treatment of the employer[18]. However, employer make a discrimination for the employees who are in different status (e.g. position, the significance of the task or working hours[19]), and this will not constitute a contradiction against the obligation of equal treatment[20]. Therefore, it is not wrong to say that the obligation is equal treatment is relative in nature[21].

The obligation of equal treatment set out in Article 5 of Labor Code essentially lays the obligation of equal treatment on the employer for the employment process[22], the continuation of the employment relationship, fee setting and termination of Labor contract[23].

---

[15] Süzek (2015), p.479.; Ertürk (2002), p.99.

[16] Süzek (2015), p.478.; Ertürk/Gürsel (2011), p.428.

[17] Süzek (2015), p.481.; Ertürk/Gürsel (2011), p.428-429.; Öner Eyrenci/Savaş Taşkent/Devrim Ulucan, **Bireysel İş Hukuku**, Legal Kitabevi, İstanbul-2010, p.143.; Çelik/Caniklioğlu/Canbolat (2015), p.290.; Karacan (2010), p.89.

[18] Kandemir/Yardımcıoğlu (2014), p.4.; Eyrenci/Taşkent/Ulucan (2010), p.143.; *"...The case is about the collection of receivables related to labor. The matter of dispute is whether the employer violated the obligation of equal treatment or not.* The obligation of equal treatment put the burden of non-discrimination between employees working in the workplace, unless there is valid and objective reason on the employee..." Court of Appeal, Assembly of Civil Chambers, Date.23.12.2009, Docket No. 9-485, Decision No. 598, Source: www.kazanci.com, Accessed: 16.02.2017.

[19] Süzek (2015), p.482.

[20] Süzek (2015), p.481.; Ertürk/Gürsel (2011), p.428-429.; Eyrenci/Taşkent/Ulucan (2010), p.143.; Çelik/Caniklioğlu/Canbolat (2015), p.290.; Kandemir/Yardımcıoğlu (2014), p.4.

[21] Süzek (2015), p.481.; Ertürk/Gürsel (2011), p.428-429.; Eyrenci/Taşkent/Ulucan (2010), p.143.; Çelik/Caniklioğlu/Canbolat (2015), p.290.; Kandemir/Yardımcıoğlu (2014), p.4.; Senyen Kaplan (2015), p.178.; Doğan Yenisey (2004), p.67.

[22] The obligation of equal treatment in recruitment which is not applicable for any cases and the discrimination based on sex is stated in the Law No. 25 on Trade Unions and Collective Bargaining Agreements and in Article 14 of the Law No. 5378 on Disabled Peple .; Süzek (2005), p.483.; Ertürk/Gürsel (2011), p.438.; Sever (2012), p.51.; Ertürk (2002), p.102.; Doğan Yenisey (2004), p.67.; Ertuğrul Yuvalı, **4857 Sayılı İş Kanunu'nun Ve İlgili Mevzuatın Kadın İşçiler İle İlgili Hükümlerine Genel Bir Bakış**, TBB Dergisi, Issue.106., İstanbul-2013, 93-113, p.95.;Bünyamin Bacak/ Yusuf Yiğit, **Türk İş Hukukunda Kadın İşçilerin Çalışma Koşullarına İlişkin Düzenlemelerin Değerlendirilmesi**, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.9., Issue.2., Ankara-2007, 1-31, p.6. Similarly, "*... In the concrete case, a group of employees including the plaintiff have demanded illegal wage rise and joined in a collective work stoppage. Such collective work stoppage action is considered as rightful termination with respect to the employer. Employing some of these employees again is not regarded as violation of the obligation of equal treatment. The obligation of equal treatment of the employer in terms of the employment process implies not discriminating based on sex or maternity. In another words, it is forbidden to make a discrimination among the applicants based on sex or maternity...* Court of Appeal, Assembly of Civil Chambers, Date.23.12.2009, Docket No. 9-485E, Decision No. 598, Source: www.kazanci.com, Accessed: 16.02.2017.

[23] Süzek (2015), p.483-493.; Kandemir/Yardımcıoğlu (2014), p.15-33.; Ertürk (2002), p.102-113.; Sever (2012), p.50-60. ; Ertürk/Gürsel (2011), p.438-447.

The Obligation of Equal Treatment for Women Employees

Law maker has added some provisions on the protection of women employees to Article 5 of Labor Code which the obligation of equal treatment principle is also included. Thus, according to the above-mentioned regulations, except for biological reasons or reasons related to the nature of the job, the employer shall not make any discrimination, either directly or indirectly, against an employee in the conclusion, conditions, execution and termination[24] of her (his) employment contract due to the employee's sex or maternity. For instance, at a workplace where more than one employee will be hired, when employee hires only male employees, even if there are many women candidates who have the qualifications stated in the job advert, this will be regarded as discrimination made by the employer based on sex[25]. According to the provision on the discrimination based on sex or maternity set out in the paragraph 3 of Article 5 of Labor Code, the obligation of equal treatment of the employee for women employees will continue from the time that the employment contract is drawn up and determination of the working conditions until the employment relationship is terminated[26].

The discrimination may be made by the employer against the woman employee on the grounds that she is a woman employee or through a direct discrimination as in the case of not employing the women candidate by coming up the reason related to her feature stem from her gender,[27] or such discrimination may be made indirectly, in a way that it cannot be distinguished as a discrimination at first glance, but its results exhibit a discrimination[28].

The provision on no discrimination shall be made based on sex or maternity in the employee recruitment performed by the employer has not been accepted absolutely and an exception for this provision has been put forward in the same article. Thus, according to the paragraph 3 of Article 5 of

[24] *"... The plaintiff claimed that she had been fired due to her maternity three months to her delivery and another employee had been hired two months before her dismissal. The employment contract of the plaintiff was terminated on 23rd of July in 2013. In a medical report dated 22 August 2013, it was stated that she was in week 28 of her pregnancy. The witnesses of the plaintiff confirmed the claim of the plaintiff, and also stated that the plaintiff had trained the person who had been hired in substitution for the plaintiff and then the employment contract was terminated. Considering the statement of the plaintiff, the date of employment contract termination, the statements of the witnesses of the plaintiff, since it is understood that the employment contract was terminated due to the pregnancy, it is erroneous that the compensation for impediment was determined as equal to 4-month wage, although it should have been determined as equal to 6-month wage by deviating from the lower limit with respect to the cause of termination..." Court of Appeal, 9th Civil Department, Date. 14.04.201, Docket No. 29051, Decision No. 9441, Source:* www.kazanci.com, Accessed: 17.02.2017.

[25] Yuvalı (2013), p.96.

[26] Ertürk/Gürsel (2011), p.437.

[27] Melek Onaran Yüksel, **Karşılaştırmalı Hukuk Işığında Türk İş Hukukunda Kadın-Erkek Eşitliği**, Beta Basım, İstanbul-2000, p.96.; Kübra Doğan Yenisey, **Kadın Erkek Eşitliği Bakımından Türk İş Hukuku'nun Avrupa Birliği Hukuku ile Olası Uyum Sorunları**, Kamu İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.6, Issue.4, Ankara-2002, 1-43, p.13.

[28] Kübra Doğan Yenisey/ Gülsevil Alpagut/Levent Akın/M. Fatih Uşan, **Bireysel İş Hukuku**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, 1. Edition, Eskişehir-2015, p.181.; Ertürk/Gürsel (2011), p.437.; For more detailed information see. Onaran Yüksel (2000), p.101-137.; Doğan Yenisey (2002), p.13-15.

Labor Code, if there are biological reasons[29] or reasons related to the nature of the job, the employer may prefer to hire male employees, rather than women employees. For instance, if a type of work mainly requiring physical strength is in question, when a male employee is preferred instead of women or pregnant employees, this will not be considered as a violation of the obligation of equal treatment for the employer[30].

Asking the woman employee whether she is pregnant or planning to have a child or not may be also regarded as discrimination based on gender[31]. Even if it is considered as an ordinary procedure that employer asks questions to employee within the framework of the information gathering right in the recruitment process, the limits of such right are consisted of the nature of the job that will be fulfilled by the workplace and the employee[32]. Accordingly, the question that will be asked related to the pregnancy would violate the prohibition of discrimination based on gender. However, it should be stated that if the job to be performed has the nature that will make the working conditions more difficult for a pregnant employee, asking questions related to the maternity shall not be considered as violation of this prohibition[33].

Another provision that aims to protect the women employees in Article 5 of Labor Code is related to remuneration[34]. According to the paragraph 4 of the above-mentioned article, simply because the employee is a woman, differential remuneration for similar jobs or for work of equal value is not permissible[35]. Differential remuneration for similar jobs or for work of equal value is not permissible and employees shall have right for same remuneration[36]. However, if the differential remuneration between

[29] *"...Biological reasons are psychical or anatomical features which are unique to females or males. Discrimination made based on gender due to the necessity related to such features does not violate the prohibition of discrimination..."* Ebru Çolakoğlu, Türk İş Hukukunda **İşverenin Eşit Davranma Borcu** (Unpublished Postgraduate Thesis), Konya-2011, p.21.

[30] Ertürk/Gürsel (2011), p.437.

[31] Yuvalı (2013), p.98.; Doğan Yenisey/Alpagut/Akın/ Uşan (2015), p.181

[32] Yuvalı (2013), p.98.; Hakan Keser, **4857 Sayılı İK'na Göre İşverenin İş Sözleşmesi Yapma ve İş İlişkilerinde Eşit İşlem Yapma Yükümlülükleri ve Bunlara Aykırı Davranılması Durumunda Karşılaşacağı Yaptırımlar**, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.7., Issue.3., Ankara-2004, 1-38, p.28.

[33] Doğan Yenisey/Alpagut/Akın/Uşan (2015), p.181.

[34] *"...Although this principle has been put forward in order to prevent gender discrimination, which is especially seen in practice, it is also applicable for the cases, which stipulate the prohibition of discrimination, such as discrimination based on religion, race, religious sect, political opinion and similar reasons. Therefore, the employer shall not make any discrimination between employees in terms of remuneration not only based on gender, but also political opinion or race, even if they belong to the same gender..."*
Eyrenci/Taşkent/Ulucan (2010), p.142.

[35] *"...The biological characteristics of women, the role set in the society, the distinction of male/female work, the facts that women have low-level of education and the work they performed is considered less valuable, their noncontinuous and short-term professional life, the low-level of class solidarity among women, these may be considered as different reasons behind the differential remuneration in practice..."* Ertürk (2002), p.105.

[36] Süzek (2015), p.487.; Çelik/Caniklioğlu/Canbolat (2015), p.290.; Demircioğlu/Centel (2015), p.113. Sever (2012), p.53.; Yuvalı (2013), p.101.; Ertürk/Gürsel (2011), p.438.; Kenan Tunçomağ, **İş Hukukunun Esasları**, Beta Basım, İstanbul-1989, p.185.

female and male employees is due to an objective reason except gender such as education, seniority and experience, this will not be regarded as a violation of the obligation of equal treatment for the employer[37].

Another regulation related to the remuneration is stated in the paragraph 5 of Article 5 of Labor Code. According to this provision, implementation of the special protective provisions due to the gender of the employee shall not justify the agreement made upon a lower remuneration. Therefore, if a woman employee is assigned to a lighter duty due to her maternity[38], this shall not justify a reduced wage paid to her by the employer (Labor Code, Article 74/paragraph 4). In addition to this, when the woman employee is on her nursing leave, the employer shall not pay her reduced wage due to her condition[39].

The last issue that will be addressed under this title is the compensation which will be paid to the employee by the employer, if the obligation of equal treatment is violated. According to the paragraph 6 of Article 5 of Labor Code, if employer violates the obligation of equal treatment, employee shall have right to demand compensation up her (his) four months' wages plus other claims of which she (he) has been deprived. However, according to the above-mentioned provision, the employee shall have right to demand compensation related to the violations in the execution or termination of the employment relationship, and when a discrimination made in the recruitment process is in question, such compensation shall not be granted[40]. Thus, as per the paragraph 6 of Article 5 of Labor Code, if discrimination based on gender made in the recruitment, the employee shall not demand for compensation[41]. Yet, during recruitment, if discrimination is made based on gender, in accordance with culpa in contrahendo, it shall be possible to demand compensation[42]. In the legal doctrine, there are opinions suggesting that it is possible that when discrimination is made due to gender or maternity in recruitment, employee may demand compensation for the discrimination on the ground of the paragraph 6 of Article 5 of Labor Code[43].

Other Protective Provisions for Women Employees

In General

Except for the regulations related to the prohibition of the discrimination based on gender or maternity, other protective provisions for women employees are set out both in Labor Code No. 4856 and Occupational Health and Safety Law No. 6331 (in relevant provisions of the regulation[44]). These

[37] Ertürk/Gürsel (2011), p.438.; Yuvalı (2013), p.101.; Keser (2004), p.27.
[38] Yuvalı (2013), p.100.; Doğan Yenisey/Alpagut/Akın/ Uşan (2015), p.182.
[39] Süzek (2015), p.487.
[40] Süzek (2015), p.493.; Ertürk/Gürsel (2011), p.447.; Doğan Yenisey (2004), p.68.
[41] Yuvalı (2013), p.96.
[42] Ertürk/Gürsel (2011), p.447.; Demir (2014), p.18.; Eyrenci (2004), p.23.
[43] Süzek (2015), p.493.; Demir (2014), p.18.
[44] In Article 7 of "*the Regulation onProtectionof Employees Against Risks Related to Vibration*" dd. 22.08.2013 and No. 28743 and Article 7 of "*the Regulation on Protection of Employees Against Risks Related to Noise*" dd. 28.07.2013 and No.28721 which are established based on Article 30 of the Occupational Health and Safety Law, it is stated that particular attention should

provisions protecting women employees are based on Article 50 of the Constitution. As a matter of fact, women shall not be put a work that is not suitable due to gender and enjoy special protection with regard to working conditions. Likewise, it is required to protect women employees peculiarly due to the reasons such as motherhood and their weaknesses in terms of physical strength, compared to men[45].

The provisions aiming to protect women employees should not be regarded as discrimination towards the women employees or as restricting women's freedom of labor[46]. Because, these regulations are for the benefit of the women employees, and not assigning them to some duties due to their physical or biological features shall not violate the equity principle[47].

The prohibition of employing women employees and the provisions on the protection of the women employees during maternity and after birth will be addressed below respectively.

The Prohibition on Underground and Underwater Work

According to Article 72 of Labor Code, women shall not be employed on underground or underwater work like in mines, cable-laying and the construction of sewers and tunnels and similarly, in accordance with this regulation, the age or maternity status of woman employee shall not be considered into the consideration in terms of the prohibition on underground and underwater work[48]. This provision drawn up in Article 72 of Labor Code complies with the convention on the Employment of Women on Underground Work in Mines of all Kinds dd. 1935 and with the no.45 which is also the first ILO agreement Turkey acknowledged[49], and is based on (as it is mentioned above) Article 50 of the Constitution[50].

On the grounds that underground and underwater works carry same risks both for female and male employees, Even if it seems like a violation of the equality of men and women, this regulation is acceptable, since women employees are weaker, compared to male employees, in terms of physical strength[51]. As a matter of fact, the fact that women cannot be employed for the tasks that are not suitable for them in terms of their physical structure is considered as a general principle[52].

---

be paid on the issues related to the health and safety of the women employees in the risk assessments to be conducted by the employer.

[45] Süzek (2015), p.869.

[46] Yuvalı (2013), p.103.

[47] Yuvalı (2013), p.103.

[48] Ali Ekin, **Adil ve Makul Koşullarda Çalışma Hakkı Kapsamında İnsan Onurunun Korunması**, Adalet Yayınevi, Ankara-2013, p.204.; Tunçomağ (1989), p.185.; This age limit is designated as the age of eighteen for male employees in Article 72 of Labor Code.

[49] Meryem Dinç, **Çalışma Hayatında Kadın İle İlgili Hukuki Düzenlemeler**, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.6., Issue.3., Ankara-2002, 1-20, p.5.

[50] Yuvalı (2013), p.104.

[51] Ekin (2013), p.204.; Hülya Akıntürk Türkmen, **Çalışma Hayatında Kadın ve Çalışan Kadını Koruyucu Hükümler**, Ankara Barosu Dergisi, Issue.4., Ankara-1998, 6-28, p.13.

[52] Tamer Soysal, **Uluslar arası Sözleşmeler Işığında 4857 Sayılı İş Kanununda Kadın İşçiyi Koruyan Hükümler**, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.8., Issue.4., Ankara-2006, 1-48, p.29.

Although it is forbidden in accordance with Article 72 of Labor Code[53], the employer or representative of the employer who employed a woman employee for underground and underwater work shall be punished with administrative fine as per Article 104 of Labor Code. Moreover, in case the employer or representative of the employer violates this prohibition, woman employee's other rights arising from the law must be protected[54].

Prohibition on Night Work for Women Employees

Providing Article 73 of Labor Code and Article 30 of Occupational Health and Safety as basis, in the regulation set out by the Ministry of Labor and Social Security on "*the Conditions of Work for Women Working during Night Shifts*[55]", the principles related to the women working during night shifts are set out in detail. Together with Article 50 of the Constitution, the reason behind the working conditions are set out in detail is the fact that the tasks to be performed during night shifts are more exhausting[56].

It is forbidden to employ children and young employees under the age of eighteen on work during the night (Labor Code, Article 73). For employing women who have completed the age of eighteen on work during the night, there are some stipulated conditions. According to Article 3 of the relevant regulation, the night work refers to the part of the day "*beginning no later than 20:00 and ending not earlier 6:00, and lasting no longer than 7.5 hours*"[57]. Therefore, women employees shall not be employed to work more than 7.5 hours during night works[58].

According to Article 7 of the related regulation, unless women employees get a medical record prepared by the workplace doctor confirming that there is no inconvenience in terms of working during night, they shall not be employed to work during night works. Such medical examination shall be performed before the woman employee starts working during night. Moreover, the employer is obliged to charge the workplace doctor to carry out routine medical examinations to the extent that the special condition of the woman employee and the nature of the work requires during the continuation of the work.

The issue of how women employees arrive where they live when they work during night work is set out in Article 6 of the Regulation on the Conditions of Work for Women Working during Night Shifts. According to the above-mentioned provision, without any exceptions, the employers whose workplaces

[53] It is forbidden to employ women employees to work in mines and the sanction to be imposed for the employers violating this prohibition is stated in Article 104. However, providing Article 30 of the Occupational Health and Safety Law as a basis, in the "Regulation on Occupational Health and Safety in Mines", which is issued by the Ministry of Labor and Social Security and is executed for the mines within the scope of the Law No. 6331, there are regulations related to women employees. According to this regulation, it is compulsory for mines to provide separate locker room, lavatory, shower and dormitory room. Official Gazette., Date. 19.09.2013, Issue No.28770.

[54] Yuvalı (2013), p.121.; Ekin (2013), p.204.

[55] Official Gazette., Date. 24.07.2013, Issue No.28717.

[56] Ekin (2013), p.204.

[57] Akıntürk Türkmen (1998), p.14.

[58] Tunçomağ (1985), p.185.; It is also possible to draw such conclusion by taking the paragraph 3 of Article 69 of Labor Code.

are established out of municipal boundaries are obliged to provide suitable transportation vehicle to the women employees working during night work and carry them from the nearest point where they live to the workplace and vice versa. The employers whose workplaces are established within municipal boundaries shall be obliged to provide a vehicle for transporting women employees, if it is difficult to access public transportation during the change-of-shift hours. This provision of the regulation is criticized with good reason that such facilities are not provided for the male employees and this will cause discrimination in terms of equality of women and men, and accordingly the male employees are preferred to be employed during night works by the employer[59].

If the spouse of the woman employee works at a workplace in which working with shifts is also applied, the night shift of the woman employee shall be arranged in a way that it does not overlap with her spouse's working hours, and this arrangement shall be made upon the woman employee's request. Whether the woman employee works at the same workplace or not shall not have importance in terms of this issue. Considering how this provision in Article 8 of the regulation is drawn up, it can be concluded that the employer has no discretion on this issue and the working hours must be arranged by the employer upon the request of the woman employee. In addition to this, if spouses work at the same workplace and both of them want to work during the same night work, meeting such demand depends on the availability of the conditions[60] (the relevant regulation article 8 paragraph 2).

The employer shall not assign night work to the woman employee during the period beginning from the time that it is confirmed by the workplace doctor that the woman employee is pregnant until delivery, and nursing women employees shall not work in the night shift during one year after the delivery (the relevant regulation article 9 paragraph 1). This one-year period which nursing women employees do not work during the night shift shall be extended for six months, in case of a report given by the workplace doctor stating the requirement of extension for the health of mother or baby (the relevant regulation article 9 paragraph 2). The working hours of pregnant or nursing women employees shall be arranged in a way that they work in day shift and by considering the regulation on "*Working Conditions of Pregnant or Nursing Women & Lactation Room and Child Care Centers*[61]" (the relevant regulation article 9 paragraph 3).

Work durıng pregnancy and maternıty

Another protective regulation for the women employees takes part in Article 74 of Labor Law, under the title of "Work during maternity and nursing leave". Moreover, providing Article 30 of the

[59] Ekin (2013), p.206.
[60] Poyraz (2013), p.162.
[61] Official Gazette., Date. 16.08.2013, Issue No.28737. The aim of the regulation is to take measures which will promote ensuring and developing the health and safety of the new mothers or nursing women employees in the workplace and to identify the tasks and periods in which it is forbidden to have women employees work and for the tasks that the employees may work, which conditions and procedures to be followed, how lactation room is built or child care centers are established and to which conditions they will be subjected (the relevant regulation article 1).

Occupational Health and Safety Law as basis, in the regulation issued by the Ministry of Labor and Social Security on "*Working Conditions of Pregnant or Nursing Women and Lactation Room and Child Care Centers*", there are detailed regulations related to the work during pregnancy and maternity. All female employees take the advantage of the protective regulations for women employees in general, while only the women who are pregnant and in the state of maternity may benefit from the rights set out in Article 74 of Labor Code and the relevant regulation[62]. Because it is required to protect pregnant women or women in the state of maternity with more specific regulations, compared to other women employees[63]. Therefore, it is prohibited for the women employees to work during pregnancy and a period after giving birth, and by this means it is aimed to ensure the health of the employees and their children[64].

The first issue that should be addressed under this title is how the working conditions during pregnancy and nursing period for the woman employee will be drawn up and what measures must be taken by the employer concerning this issue. According to Article 6 of the relevant regulation, the woman employee will inform the employer in case of pregnancy and nursing, and the employer will assess the effects of chemical, physical, biological factors, which is considered dangerous in terms of health and safety, and working processes on the employees. Accordingly, as a result of such assessment, the employer shall take required[65] measures[66]. The pregnant or nursing woman shall be informed by the employer about the results of the assessment and the measures which must be taken related to the health and safety of the employee. In case the assessment results reveal an effect on the woman employee's pregnancy or breastfeeding or pose health and safety risk for the pregnant or nursing woman, the employer shall change the working conditions or working hours temporarily in a manner that the woman in question is not subjected to such risks (the relevant regulation article 7 paragraph 1). If it is not possible to adapt working conditions or working hours, the employer takes required measures to transfer the woman to another task (the relevant regulation article 7 paragraph 2). If a medical report is required, the pregnant woman employee is appointed to a lighter duty which is appropriate for her health. In this case, no reduction shall be made in the wage. If it is not possible to transfer her to another duty, within the period required to

[62] Doğan Yenisey/Alpagut/Akın/Uşan (2015), p.183.; Soysal (2006), p.33.

[63] Doğan Yenisey/Alpagut/Akın/Uşan (2015), p.183.

[64] Coşkun Saraç, **Analık Halinde Çalıştırma Yasağı**, Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan, Beta Basım, İstanbul-2011, p.1885.; İştar Cengiz, **Kadın İşçilerin Hamilelik ve Analık Durumlarının İş Sözleşmesine Etkisi**, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.10, Issue.4., Ankara-2009, 1-33, p.3.*"...Family-friendly policies such as parental leave, providing child care opportunities for the employees, flexible working hours, or giving family members of the patient permission to provide care may help increasing moral and working commitment of the parents."* Mustafa Kılıçoğlu, **Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarına Egemen Olan İlkeler ve Ayrımcılık Yasağı**, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, V.9., Issue.36., İstanbul-2012, 37-58, p.42-43.

[65] According to theparagraph 3of Article 6 of the relevant regulation, theemployer evaluates the type,level and duration of the exposure and factors, processes, working conditions in ANNEX-II and ANNEX-III orthe tasks posing a specific risk in following ways: a) byidentifying theimpactsof health and safety risks on pregnant or nursing employees; b) by determining the measures to be taken. In this assessment, psychosocial and medical factorswhich have effecton the employee personally are also taken into the consideration.

[66] Precautions mentioned in the ANNEX-I of the relevant regulation will be taken.

protect her health and safety and upon her request, it shall be ensured that the woman employee takes paid leave. This period shall not be taken into account within the scope of her right to paid annual leave (the relevant regulation article 7, paragraph 3).

According to the paragraph 1 of Article 74 of Labor Code, female employees must not be engaged in work for a total period of sixteen weeks, eight weeks before delivery and eight weeks after delivery, and in case of multiple pregnancy, an extra two week period shall be added to the eight weeks before delivery[67] (the relevant regulation article 10). However, a female employee whose health condition is suitable as approved by a physician's certificate may work at the establishment if she wishes so up until the three weeks before delivery, and the time during which she has worked shall be added to the time period allowed to her after delivery. The physician's certificate and the request of the woman employee are sufficient in terms of working until three weeks before delivery, and the employer has no discretion regarding this issue[68]. In case the woman employee gives premature birth, the periods that she does not use before delivery will be granted in a way that they are added to the time period after delivery (Labor Code, Article 74/paragraph 1). The time periods mentioned above may be increased before and after confinement if deemed necessary in view of the female employee's health and the nature of her work, and the time increments shall be indicated in the physician's report (Labor Code, Article 74/paragraph 3). Moreover, the cases of premature birth or stillborn or infant death after delivery shall not prevent the use of eight-week period by the woman employee after delivery[69]. The woman employee shall be granted paid leave for periodic examinations during her pregnancy (Labor Code, Article 74/paragraph 4 and the relevant regulation article 11). In case of woman employee's death during or after delivery, the time periods which are not used after delivery shall be granted to father (Labor Code, Article 74, paragraph 1).

Article 74 of Labor Code provides right to leave to not only biological mothers, but also mothers adopting a child. Thus, in accordance with the relevant regulation, eight-week maternity leave shall be granted to one of the spouses who adopts a child less than three years old or to the adopter, from the time the family takes the custody of the child (Labor Code, Article 74 paragraph 1).

Following the leave, after delivery is completed, unpaid leave until six-month period is granted to the woman employee. Granting unpaid leave depends on the woman employee's request and the employer has no discretion regarding this issue[70]. This unpaid leave is also granted one of the spouses or adopter in

[67] According to Article 18 of Labor Code, absence from work during maternity leave when female employees must not be engaged in work, as foreseen in Article 74 shall not constitute a valid reason for termination. In addition, the periods that the female employee is not permitted to work before and after her confinement in accordance with Article 74, shall be treated as having been worked as per Article 55/b of Labor Code.

[68] Süzek (2015), p.869.

[69] Yuvalı (2013), p.108.

[70] *"...According to the regulation in Labor Code, it is concluded that if requested by the employee after the legal paid maternal leaves is used, an unpaid leave until six months must be granted.* In this case, the employer has no discretion..." Court of Appeal, 9th Civil Department, Date. 26.09.2008, Docket No. 27521, Decision No. 25157*; "...In case the woman employee giving birth wants to exercise her right to unpaid leave and the employer does not allow, she may take unpaid maternity leave*

case of the adoption of a child less than three years old. This period is not taken into account within the scope of her right to paid annual leave (Labor Code article 74 paragraph 6).

According to Article8 of the regulation on Working Conditions of Pregnant or Nursing Women and Lactation Room and Child Care Centers, the women employees shall not be forced to work during night from the time their pregnancy is confirmed by a medical report, and besides they shall not be assigned to night work for one year after delivery. Furthermore, as per Article 9 of the relevant regulation, pregnant or nursing woman employee shall not work more than 7.5 hours in a day.

The woman employee completing her leave after delivery shall certificate that there are not any drawbacks in terms of continuing to work with a physician's report, and she will start to work at the workplace following this procedure[71]. In accordance with the paragraph 7 of Article 74 of Labor Code, women employees shall be allowed a total of one and a half hour[72] nursing leave in order to enable them to feed their children below the age of one (the relevant regulation article 10). The employer has no discretion regarding this issue[73]. The employee shall decide herself at what times and in how many installments she will use this leave[74] and the length of the nursing leave shall be treated as part of the daily working time[75]. The woman employee must inform the employer on how she will use this one and a half hour nursing leave that she is granted legally[76]. Since the aim of this regulation is to enable mother to closely care with her child within this time, even in the case she cannot breastfeed her child for any reason, this one and a half hour nursing leave must be provided by the employer[77].

---

by notifying the employer about the situation. In a concrete case, after taking paid leave following the delivery, the plaintiff who had given birth demanded unpaid maternity leave, but the employer did not give permission. Besides, it is understood that following the termination of employment contract of the plaintiff, the amount of annual paid leave was also paid to her, and in this way the remaining parts of the annual paid leave were not provided. As per the issues addressed by the court, on the grounds that the employment contract was terminated without a valid reason by the defendant employer, rather than the plaintiff employee, with the acceptance of the case, the decision of reemployment of the plaintiff should be taken..." Court of Appeal, 9th Civil Department, Date. 13.07.2009. Docket No. 36349, Decision No. 20734; "*...The fact that the plaintiff had requested to take a leave is understood by means of the warning sent by the plaintiff and the petition of defense of action. Since the demand of the plaintiff on taking on a leave was not accepted, in this case, while her severance pay should have been ensured by accepting her employment contract was terminated with a valid reason, making a decision in written was incorrect, so this required reversing the decision..."* Court of Appeal, 9th Civil Department, Date. 16.04.2012, Docket No. 5907, Decision No. 13018. Source: www.kazanci.com, Accessed: 18.02.2017.

[71] Münir Ekonomi, **Doğum Yapan Kadın İşçilere Verilmesi Gereken Süt İzninin Çalışma Süresinden Sayılma Özelliği ve Hukuki Sonuçları**, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, V.12., Issue.47., İstanbul-2015, 21-48, p.44.; Yuvalı (2013), s.110.

[72] The rule regarding this period is statutory, and it is possible to extend the period with contract. Ekonomi (2015), p.44.

[73] Ekonomi (2015), p.43.; *"...The initiative of giving one and a half hour nursing leave for women employees to breastfeed their children as per the law (an arrangement on duration may be made contrariwise providing that it is in employee's favor) is not given to employer, and as per Labor Code No. 4857 Article 74/paragraph 7, it is ensured that employee shall decide herself at what times and in how many installments she will use this leave; in case the permission to use this nursing leave is not granted, with the determination of the time that such leave is not granted, calculation must be made on the basis of 50% raised wage..."* Court of Appeal, 22nd Civil Department, Date. 13.06.2016, Docket No. 12878, Decision No. 17527, Source: www.kazanci.com, Erişim Tarihi:18.02.2017.

[74] "...Nursing woman must consider good faith principles, and the conditions of the workplace and the task she is in charge of, while exercising this right..." Ekonomi (2015), p.44.

[75] This issue is addressed in Labor Code, article 66, paragraph 1, clause 'e'.

[76] Ekonomi (2015), p.44.

[77] Cengiz (2009), p.15.

At this point, the obligation of establishing lactation room and day care center, which is stated in the regulation on Working Conditions of Pregnant or Nursing Women and Lactation Room and Child Care Centers issued as per Article 30 of the Occupational Health and Safety Law, should be mentioned. According to the relevant regulation, article 13, paragraph 1, at workplace in which 100-150 women employees are employed, it is compulsory to establish a lactation room in which women employees can breastfeed their children[78], and this room shall be separated from the workplace and 250 meters away from the workplace at the most[79]. The ages or marital statuses of women employees do not have importance in terms of the necessity of establishment of such room. If the number of women employees is under 100, since it is not compulsory to establish lactation room and the possibility of women employees bringing their child with them to breastfeed is low, women employees have to go to their houses or to the place where their children are[80]. In case the house of the employee or the place where her children is present is close to the workplace, this will not constitute a big problem, however, in the contrary case the time she spends to reach such place may cause a problem. Therefore, it will be appropriate to let the employee use this one and a half hour leave by dividing it into two[81].

Finally, it should be stated that at the workplaces in which more than 150 women employees work, the employer must establish a separate child care center (kindergarten) with the aim of enabling women employees to care and breastfeed their children between the ages of 0-6 (the relevant regulation, article 13, paragraph 2). If this child care center (kindergarten) is away from the workplace more than 250 meters, the employer is obliged to provide a transportation vehicle. It should be stated that, the marital status and ages of the women employees are not taken into the consideration in terms of the obligation of establishing child care center (kindergarten), and the number of male employees who have lost their wife recently and have a child/children or have gained the custody of his child/children must be calculated into the number of women employees that is needed to establish a child care center (kindergarten) (the relevant regulation, article 13, paragraph 5).

Conclusıons

1. According to the paragraph 3 of Article 5 of Labor Code, except for biological reasons and reasons related to the nature of the job, the employer shall not make any discrimination, either directly or indirectly, against an employee in the conclusion, conditions, execution and

[78] According to Article 49 of the regulation on "Health and Safety Measures for Buildings and Additional Buildings of Workplaces" which is issued as per Article 30 of the Law No. 6331, the employer is obliged to provide an environment in which the pregnant or nursing women may rest by lying down. Moreover, as per this regulation, in buildings and additional buildings of the workplace, there must be separate locker room, a place with hot and cold water for having a bath and restroom for women employees. It is also ensured in the same regulation that if housing is assigned to the employees by the employer, the housings in which single women employees dwell in must be separate from the housing that male employees are present. Official Gazette., Date. 17.07.2013, Issue No.28710.

[79] The conditions for the lactation rooms are stated in the relevant regulation ANNEX-IV.

[80] Ekonomi (2015), p.45.

[81] Ekonomi (2015), p.45.; Considering the condition of the woman employee and her child, it is also possible for the woman employee to use this right as one-time and towards the end of the day. Ekonomi (2015), p.45.

termination of her (his) employment contract due to the employee's sex or maternity. The obligation of equal treatment of the employer in the recruitments is considered as a general principle, and with the regulation set out in paragraph 3 of Article 5 of Labor Code, it is ensured that the woman employee cannot be subjected to any discrimination during employment processes, simply because she is female or pregnant. The women employees shall not be employed with lower remuneration for similar jobs or for work of equal value simply because they are female.

2. Since the women employees are both physically and biologically weaker compared to male employees and take the large part of the responsibility in terms of family matters, it is required to make protective regulations for women. For this reason, employing women for underground and underwater works is absolutely forbidden. Besides, there are some stipulated conditions for the women employees to work during the night.
3. The provisions aiming to protect the women employees during maternity and nursing period are the protective provisions of which only pregnant employees and mothers can take advantage. Because, it is a necessity that pregnant women or mothers must be protected with more specific provisions compared to other women.
4. It is surely beyond doubt that legal regulations related to the protection of women employees are crucially important in terms of the participation of women in professional life. Yet, it should be stated that it is not enough to make legal regulations related to women employees, and the more important issue is that these regulations should be put into practice by the employers with due diligence.

References

1. Akı, E. (2014). 6331 Sayılı İş Sağlığı Ve Güvenliği Kanunu Ve Çalışma Yaşamına Etkileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, V.15, Special Issue., İzmir, p. 3-24.
2. Akıntürk Türkmen, Hülya, (1998). Çalışma Hayatında Kadın ve Çalışan Kadını Koruyucu Hükümler, Ankara Barosu Dergisi, Issue.4., Ankara, p. 6-28.
3. Bacak, Bünyamin/Yiğit, Yusuf, (2007). Türk İş Hukukunda Kadın İşçilerin Çalışma Koşullarına İlişkin Düzenlemelerin Değerlendirilmesi, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 9 (2), p. 1-31.
4. Çelik, Nuri / Caniklioğlu, Nurşen (2015). Canbolat, Talat, İş Hukuku Dersleri, Beta Basım, 28th Edition, İstanbul.
5. Cengiz, İştar, Kadın (2009). İşçilerin Hamilelik ve Analık Durumlarının İş Sözleşmesine Etkisi, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 10 (4), p. 1-33.
6. Çolakoğlu, Ebru. (2011). Türk İş Hukukunda İşverenin Eşit Davranma Borcu (Unpublished Postgraduate Thesis), Konya.
7. Demir, Fevzi, (2014). İşverenin Eşit İşlem Yapma Borcu ve Ayrım Yasağı Tazminatının Diğer Tazminatlarla İlişkisi, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 11 (41), p. 15-25.
8. Demircioğlu, Murat (2015). Centel, Tankut, İş Hukuku, Beta Basım, 18th Edition, İstanbul.

9. Dinç, Meryem, (2002). Çalışma Hayatında Kadın İle İlgili Hukuki Düzenlemeler, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, V.6., Issue.3., Ankara. p. 1-20.
10. Doğan Yenisey, Kübra(2004). İş Kanununda Eşitlik İlkesi ve Ayrımcılık Yasağı, Çalışma ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi, 4, p. 63-82.
11. Doğan Yenisey, Kübra (2002). Kadın Erkek Eşitliği Bakımından Türk İş Hukuku'nun Avrupa Birliği Hukuku ile Olası Uyum Sorunları, Kamu İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 6 (4), p. 1-43.
12. Doğan Yenisey, Kübra (2015). Alpagut, Gülsevil/Akın, Levent /Uşan, M. Fatih, Bireysel İş Hukuku, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir.
13. Ekin, Ali, (2013). Adil ve Makul Koşullarda Çalışma Hakkı Kapsamında İnsan Onurunun Korunması, Adalet Yayınevi, Ankara.
14. Ekonomi, Münir (2015). Doğum Yapan Kadın İşçilere Verilmesi Gereken Süt İzninin Çalışma Süresinden Sayılma Özelliği ve Hukuki Sonuçları, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 12 (47), p. 21-48.
15. Ertürk, Şükran (2002). İş İlişkisinde Temel Haklar, Seçkin Yayıncılık, 1st Edition, Ankara.
16. Ertürk, Şükran (2011). Gürsel, İlke, İş Hukuku'nda Eşit Davranma İlkesi, Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan, Beta Basım, 1, p. 425-458.
17. Eyrenci, Öner (2004). 4857 Sayılı İş Kanunu ile Getirilen Yeni Düzenlemeler, Genel Bir Değerlendirme, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 1 (1), p. 15-56.
18. Eyrenci, Öner (2010). /Taşkent, Savaş /Ulucan, Devrim Bireysel İş Hukuku, Legal Kitabevi, İstanbul.
19. Kandemir, Murat (2014). Yardımcıoğlu, Didem, İş Hukukunda Eşitlik İlkesi, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 19 (30-31), p. 1-44.
20. Karacan, Esin (2010). İş Hukuku, Umuttepe Yayınları, 1st Edition, İzmit.
21. .Keser, Hakan (2004). 4857 Sayılı İK'na Göre İşverenin İş Sözleşmesi Yapma ve İş İlişkilerinde Eşit İşlem Yapma Yükümlülükleri ve Bunlara Aykırı Davranılması Durumunda Karşılaşacağı Yaptırımlar, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 7 (3), p. 1-38.
22. Kılıçoğlu, Mustafa (2012). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarına Egemen Olan İlkeler ve Ayrımcılık Yasağı, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 9 (36), p. 37-58.
23. Onaran Yüksel (2000). Melek, Karşılaştırmalı Hukuk Işığında Türk İş Hukukunda Kadın-Erkek Eşitliği, Beta Basım, İstanbul.
24. Pakin Akın, Ebru (2005). Türk Hukukunda Kadın İşçilerin Sosyal Güvenliği, Legal Yayıncılık, İstanbul.
25. Poyraz, Ercan (2013). İş Hukuku, Seçkin Yayıncılık, 4th Edition, Ankara.
26. Reyhani Yüksel (2013). Sera, İş Hukukunda Eşit Davranma İlkesi, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 10 (39), p. 57-80.
27. Saraç, Coşkun (2015). Analık Halinde Çalıştırma Yasağı, Prof. Dr. Sarper Süzek'e Armağan, Beta Basım, İstanbul
28. Senyen Kaplan, E. Tuncay, Bireysel (2015). İş Hukuku, Gazi Kitabevi, Ankara.
29. Sever, Rabia (2012). İşverenin Eşit Davranma Borcu, Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi, 9 (34), p. 33-72.
30. Soysal, Tamer (2006). Uluslar arası Sözleşmeler Işığında 4857 Sayılı İş Kanununda Kadın İşçiyi Koruyan Hükümler, Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 8 (4), p. 1-48.
31. Süzek, Sarper (2015). Iş Hukuku, Beta Basım, 11th Edition, İstanbul.
32. Tunçomağ, Kenan (1989). İş Hukukunun Esasları, Beta Basım, İstanbul.

33. Yuvalı, Ertuğrul (2013). 4857 Sayılı İş Kanunu'nun Ve İlgili Mevzuatın Kadın İşçiler İle İlgili Hükümlerine Genel Bir Bakış, TBB Dergisi, 106, p. 93-113.

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ КАК ЦЕНТРАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Олексенко Роман

Мелитопольский государственный педагогический университет им. Богдана Хмельницкого, Хмельницкий, Украина

Аннотация. В статье раскрывается сущность направления социальной политики государства и осуществляется анализ феномена социальной защиты населения. Автором исследованы значение социальной политики и социальной защиты в частности, как важного фактора развития государства и общества. Сравнивая социальную политику Украины с западноевропейскими цивилизациями, отмечены недостатки современного социальной защиты Украины предложены пути их решения. Для лучшего понимания сущности понятия «социальная защита» рассмотрены его составляющие.

В выводах автор подчеркивает тот факт, что Украина находится в ситуации, а поэтому социальная политика имеет много недостатков. Особое внимание исследователь предлагает уделять именно малообеспеченным гражданам. Решение данной проблемы нужно осуществлять на государственном уровне.

Ключевые слова: труд, социальная справедливость, социальная защита, социальное обеспечение, социальное страхование, социальная политика.

Введение

Постановка **проблемы** в общем виде и ее связь с важными или практическими заданиями. Политика государства направлена на создание социальных условий, которые обеспечивают достойную жизнь человека и свободное развитие его личности в обществе. Это значит, что экономика должна быть нацелена на удовлетворение материальных, социальных и духовных потребностей индивида. Общественная ориентация экономики является основой социальной политики государства. Именно поэтому степень удовлетворения потребностей представителей разных слоев населения выступает в качестве основного критерия экономической эффективности. Анализ последних исследований и публикаций, в которых основано решение данной проблемы и накоторые опирается автор. Над решением вопроса социальной защиты граждан Украины активно работали А. Базилюк (2002), С. Бандура (2000), И. Бондарь (2003), И. Гнибиденко (2014), В. Данюк (2015), В. Куценко (1991), Е. Либанова (2009), В. Оникиенко (1989), Буда (2015) и др. ученые. Решение данной проблемы отображено в их эмпирических и теоретических трудах. Исследованию указанного феномена уделяли внимание также зарубежные ученые Дж. Бьюкенен, 2005, Р. Дж. Еренберг, 1996, Дж. М. Кейнс, 2007, Я. Корнай, 1900, П. Самуельсон, 2008 и др.

ученые. Целью данной статьи было взято развернутое теоретическое раскрытие моментов социальной защиты граждан в политическом русле страны.

Изложение основного материала

Политика удовлетворения общественных потребностей разных слоев населения непосредственно связана с их социальной защитой. Именно это является наиболее весомым компонентом социальной политики государства и главным условием, без которого невозможное существование страны в системе рынка. В статье 46 Конституции Украины отображены права человека на социальную защиту. Эти права гарантируются обязательным государственным страхованием, которое осуществляется за счет взносов населения, организаций, учреждений, других источников и бюджетных средств. Записанные в Основном Законе права соответствуют международным нормам. Они соотносятся с Общей декларацией прав человека, Международным пактом о культурных, экономических и социальных правах, а также Конвенцией о правах ребенка (Базилюк, 1999).

В западных цивилизованных странах относительно решения исследуемой проблемы выделяется так называемый позитивный подход, который характеризуется акцентированием внимания на невозможности отойти от вопросов социальной защиты, где активно внедряются методы его обеспечения. Такой подход возник в результате влияния разных факторов, в частности: существование рыночной экономики; наличие правительства, которое работает на обеспечение законности; сотрудничество профсоюзов и предпринимателей при решении проблем и тому подобное. К составляющим частям социальной защиты следует отнести социальное страхование, социальные услуги и социальную помощь. Его структура изображена на рисунке 1

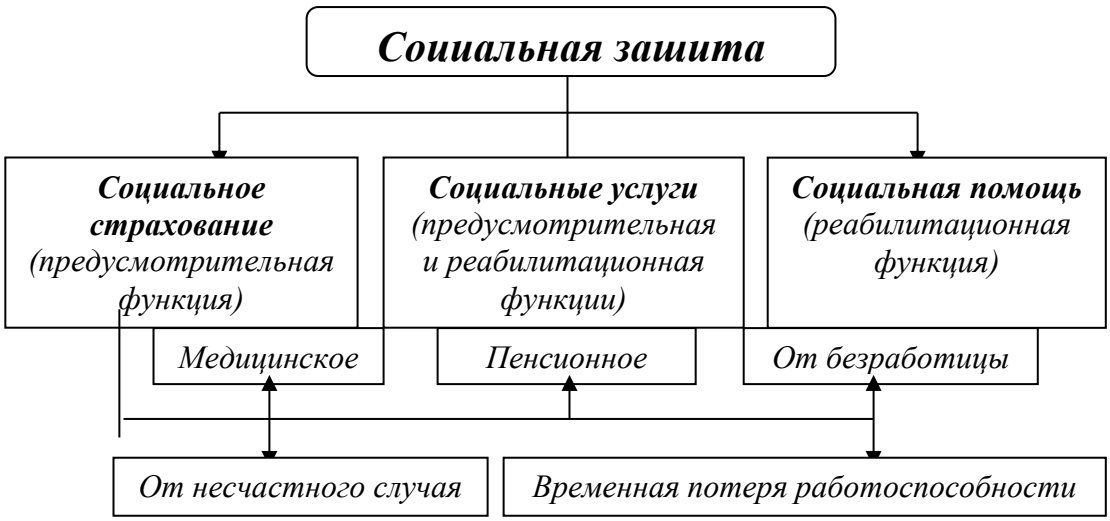


Рис.1. *Составляющие социальной защиты*

Социальная защита населения предусматривает осуществление экономических и правовых

мероприятий, направленных на обеспечение комфортного существования граждан в тех или иных условиях экономики. Её усилия направлены на создание всем без исключения гражданам государства одинаковых условий для жизни, развития и реализации. Одним из главных заданий исследуемого феномена является противодействие социальному неравенству во всех его проявлениях.

Понятие "социальная защита" в Украине активно используется в сочетании с рыночной экономикой. Однако социальная защита, так или иначе, в государстве существует и отдельно. На данный момент такие понятия, как "социальная защита", "социальное обеспечение", "социальная помощь", "право социальной защиты" выступают в качестве составных частей нашей жизнедеятельности. В действующем законодательстве социальная защита - это государственная политика, которая гарантирует обеспечение прав граждан в улучшении уровня своей жизни. В более широком понимании данный феномен можно определить как комплекс мероприятий правового, социально-экономического и организационного характера, которые создаются и осуществляются страной с целью обеспечения надлежащих материальных условий людей на современном уровне.

Важнейшая цель социальной защиты проявляется наличием у любого гражданина страны права на развитие и реализацию собственных способностей. Данное право распространяется на граждан любой расы, нации и социального статуса. Государственной обязанностью является защита всех своих граждан, а не только лишь малообеспеченных членов общества.

В научной литературе по избранной проблеме исследования выделяют абсолютную и ограниченную социальную защиту. Абсолютная - это такая социальная защита, осуществление которой предусматривает создание условий для жизнедеятельности той или другой категории граждан или же отдельного человека, что застраховывают их от непредвиденной потери доходов (предоставление так называемого "заслуженного", "установленного" уровня дохода). В отличии от абсолютного, ограниченной социальной защитой создаются минимальные условия для жизнедеятельности граждан. К таким условиям относятся те, которые обеспечивают потребности в еде, одежде, жилье, труде, лечении и тому подобное.

Социальная защита государства включает страхование, пенсии, материальную помощь малообеспеченным и семьям с детьми, различные льготы, компенсации, индексации и другое. Она направлена на то, чтобы помогать гражданам, которые находятся в сложном положении. Помощь предоставляется тем членам общества, кто лишен минимального материального достатка для комфортной жизни (Якимовський, 2006).

Все виды социальной помощи имеют одинаковые принципы, но кое в чем, безусловно, отличаются. Критериями социальной защиты являются его всеобщность, всесторонность и многоплановость, а также помощь за счет государства без посягательства на зарплату граждан.

Основной составляющей социальной защиты является страхование. Именно средства, которые выделяются по программе страхования - значимая часть социальной защиты. Главной целью страхования считается создание благоприятных условий для возвращения доходов гражданам, которые по тем или другим причинам потеряли возможность работать. Соцстрахование включает предоставление средств из-за болезни, увечья, беременности и ухода за ребенком, пенсии и другое.

Учитывая те или иные риски, различают такие типы страхования: старости, инвалидности из-за болезни, самой болезни, болезни и несчастного случая на производстве, беременности, потери работы и тому подобное. Данные типы страхования разделяются на обязанные и добровольные. Различают также страхование международное, государственное, региональное (местное), профессиональное. Кроме основного государственного страхования, которое является обязательным, есть дополнительные виды страхования, которые могут быть, в свою очередь, как обязательными, так и необязательными.

В западных цивилизованных странах медицинское страхование и страхование пенсии происходит по-разному. Например, в Соединенных Штатах Америки оно осуществляется с помощью отчислений из заработка и прибылей по 7,5%, в Японии - по 7%, а в Швеции - только за государственный счет. Право на распоряжение средствами имеют спецсоветы, в состав которых входят делегаты от рабочих и предпринимателей.

В нашей стране страхование - это возможность получения материальной помощи в условиях потери работы или работоспособности, болезни, старости. Исходя из этого, различают медицинское страхование, пенсионное страхование, страхование в результате потери работы, страхование от несчастных случаев на производстве (Закон України про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні, 1991; Штиньков, 2005).

Благодаря наличию медицинского страхования в заведениях здравоохранения улучшаются такие условия, а именно:

- увеличение финансов за счет внебюджетных средств;

- пополнение фондов обязательного медицинского страхования, которые, в свою очередь, расширяют самостоятельность лечебных мероприятий;

- увеличение хозяйственного постоянства медицинского учреждения;

- возможность перейти к рынку медицинских услуг при условии сохранения их бесплатности;

- возникновение материальной заинтересованности граждан и организаций в улучшении условий труда, экологической обстановки, уменьшении болезней.

Медицинское страхование бывает обязательным и добровольным. В то же время оно может быть как коллективным, так носить и индивидуальный характер. Каждому человеку необходимо помочь разобраться с видами медицинского страхования, а также предоставить одинаковые возможности для его реализации. Все услуги в рамках обязательного медицинского страхования должны быть бесплатными.

Страхование из-за потери работы осуществляется путем выплат из специальных фондов. Размер компенсации зависит от периода, в течении которого гражданин был безработный. В первые месяцы безработицы она составляет 50-70% от средней заработной платы. В дальнейшем размер компенсаций прямопропорционально уменьшается (Штиньков, 2005; Якимовський, 2006).

Относительно особенностей той или иной страны в выплате компенсаций из-за безработицы, то здесь учитываются стаж работы, период работы, физическая возможность работать и тому подобное. Например, в Германии рабочий стаж перед безработицей должен быть не менее шесть месяцев в течение трех лет и не менее десять недель в последний год, во Франции - сто пятьдесят рабочих дней за год и девяносто один день страховых компенсаций рабочих, а в Англии лишь уплата страховых взносов в фонд нужна в количестве не менее двадцати шести за год.

Социальная политика страны, в первую очередь, направленная на обеспечение доходов ее граждан. Учитывая это, заданием такой политики является максимальное уменьшение или полностью избежание споров между социальной справедливостью и эффективностью. Государство должно регулировать баланс между расходами и заработком граждан с целью увеличения трудовой мотивации и улучшения их социально-экономического поведения.

Определенный баланс необходим и между вмешательством и невмешательством государства в получении доходов как отдельных граждан, так и целого предприятия. Выделяют четыре подхода к справедливости в социальном плане, а именно:

- эгалитарный (все граждане имеют одинаковые права на получение тех или иных благ);
- роулсианский (благосостояние определяется достатком малообеспеченных граждан);
- утилитарный (благосостояние определяется средним достатком граждан);
- рыночный (благосостояние граждан формируется законами рынка).

Подходы-антагонисты к социальной справедливости - эгалитарный и рыночный.

Именно рыночный подход допускает неравенство в распределении доходов между гражданами (Паламарчук, 2005).

Выводы и перспективы дальнейших поисков в направлении исследования

1. На протяжении последних лет в нашей стране активно проводятся мероприятия с целью улучшения социальной защиты граждан. Это, в первую очередь, связано с тем, что в условиях рыночной экономики доходы значительной части населения падают, материальные возможности людей уменьшаются. Поэтому, государству обязательно необходимо работать над программами предоставления социальных выплат той или иной категории населения. Преимущество, конечно, должны получать малообеспеченные категории граждан.
2. Основной Закон Украины и другие законотворческие акты предусматривают надлежащее отношение к малообеспеченным слоям населения. На первое место государство поставило нахождение возможностей в предоставлении социальной помощи регионам. В Украине изучаются, разрабатываются и внедряются передовые социальные программы, которые помогают максимально удовлетворить наименее обеспеченных членов общества.
3. Сегодня страна находится в социально-кризисных условиях. Значительное преимущество рыночной экономики продуцирует многочисленные социальные проблемы. Основной ее негативный момент - это катастрофическое социальное неравенство населения, когда на фоне обнищания одной его части увеличивает свой достаток другая. Без политики социальной защиты невозможно избавиться от данной диспропорции.
4. Таким образом, существующая проблема должна разрешаться на уровне государства. В то же время, учитывая нынешнюю ситуацию в стране, региональные органы власти поставлены в условия самостоятельного ее решения.
5. Изучение вопроса относительно порядка предоставления социально-экономических выплат говорит о том, что нужны новые подходы в рамках решения исследуемой проблемы, а это, в свою очередь, поможет социально незащищенным категориям населения.

Список литературы

1. Базилюк, П. В. (1999). Соціальний захистна селення. К.: Т-во «ЗнанняУкраїни».
2. Воронова, Л. К. (2005). Фінансове право. На вчальнийпо сібник [для студентівюридичних ВУЗ івтафакультетів] К.: Вентурі.
3. Закон Украї ни прооснови соціальної захищеност іінвалідів в Україні. (1991). [Електроннийресурс] Відомості Верховної Ради України., 2, с. 252. Режимдоступу: www.rada.gov.ua.
4. Паламарчук, В. М. (2005). Соціальна стратегія в Україні в періоздійснення економічних реформ. Національний інститут стратегічних досліджень.
5. Штиньков, С. А. (2005). Шляхи в досконалення соціального захисту в Україні. ФінансиУкраїни, 12, с. 7.
6. Якимовський, А. (2006). Соціальний захистУкраїни. ФінансиУкраїни, 8, с. 15.

POSITIVE AND NEGATIVE CONSEQUENCES OF MERGERS AND ACQUISITIONS IN THE CONTEPORARY GLOBAL ECONOMY

Onyshchenko Oksana

Zaporizhzhya National University, Zaporizhzhya, Ukraine

Annotation The importance of mergers and acquisitions (M&A) for the development of today's market economy on the whole as well as for many strategic business reasons in particular determines **the relevance of the topic. Research problem** M&A as a mean of corporate integration provide counterparties with an opportunity to acquire competitive advantages in the form of integration partners' resources, which can contribute to effective operations in changing market conditions. On the other hand, there is a need to take into account all possible risks in order to avoid financial losses in the midst of deepening economic crisis. **Purpose** The paper purpose is to determine the possible positive and negative consequences and key risks of M&A at the micro and macro levels. **Methods** The basic principles of the research are systematic, institutional and structural-functional approaches. **Findings** As a result of mergers and acquisitions, newly created business entities have the opportunity to expand their range of activities, increase their market share, create additional competitive advantages, increase business value, reduce costs and tax burden, and achieve synergies. However, M&A are also accompanied by negative consequences and risks, which cause the urgency of researching the directions of their possible manifestation.

Keywords Mergers and Acquisitions, integration processes, efficiency, consequences, risks.

In modern conditions, the market of mergers and acquisitions is indisputably one of the indicators of the world economy. By qualitative and quantitative changes of this parameter, the level of development of national economies, as well as the state of the world economy as a whole, its problems and prospects can be gauged in a certain sense.

At the global level, according to the data of the International Mergers and Acquisitions Index 2016 of Deloitte, the volume of transactions was marked by record figures and amounted to more than $ 4 billion, making it the highest for deal values since 2007. The two main characteristic features of this process are expected to be $ 1 billion worth of transcontinental deals and activation of mergers and acquisitions in the Asian corporations market, primarily China and Japan. According to experts, as a result of relevant agreements, the companies are committing to deliver annualized cost synergies that represent, on average, 3-4% of the transaction value. If all announced cost synergies are realized and sustained, they could add an estimated $1.5-1.9 trillion to the value of these companies. Therefore delivering these synergies will be high on boardroom agendas [The Deloitte M&A Index Q4 2015-2016: Opportunities amidst divergence (The Deloitte M&A Index Q4 2015-2016: Opportunities amidst divergence, 2015).

Nevertheless, according to the world's largest investment banks e.g. Goldman Sachs known as "The Firm", business activities are negatively impacted by a challenging operating environment characterized by economic uncertainty, higher levels of volatility and significant price pressure across both

equity and fixed income markets, particularly during the first quarter of 2016. These factors, as well as uncertainty around global central bank activity, impacted investor conviction and risk appetite for market-making activities, and industry-wide equity underwriting and mergers and acquisitions activity for investment banking activities. Global M&A fell off a cliff in Q1, with volume levels not seen since Q1 2014. Dollar volume was down 49.2 percent sequentially, and 13.8 percent on a YoY basis (GOLDMAN SACHS: Management's Discussion and Analysis of Financial Condition and Results of Operations (form 10-Q), 2016).

Analyzing the current state of mergers and acquisitions at the global level, certain factors that impact significantly on the acceleration or decline of the process may be identified.

Table 1. *Factors impacting Mergers and Acquisitions (The Deloitte M&A Index Q4 2015-2016: Opportunities amidst divergence ,2015)*

Divergence in global economic growth	Global trade as a proportion of GDP has been broadly stagnant since 2011. Potential reasons include cyclical shifts such as the slowdown in investment in response to weaker demand in major economies, as well as structural shifts such as the realignment of China from an export-oriented to a domestic consumption-driven economy. Divergences in economic growth mean companies would need to be actively on the lookout for growth markets and deal opportunities.
Divergence in monetary policies	Monetary policies among the major central banks are diverging. In the US, the market is widely expected to have already priced in the gradual increases to the Federal Reserve interest rate. Thus, increases in the cost of credit could lead to a slowdown in the issuance of acquisition related bonds. At the same time, the ECB is committed to its quantitative easing program, which has led to a slide in bond yields.
Divergence in corporate performance	Since the financial crisis, European corporate earnings have trailed those of the US companies, where they are close to 15-year highs. However, the gap is expected to narrow if European demand picks up following the ECB stimulus.
Divergence in deal valuations and cash positions	P/E multiples for deals in the US and Asia are well above their 15-year average, whereas in Europe they are still close to their average.

Rapid development of the modern market due to innovative changes, ever-growing consumer needs and high competition stimulate national enterprises to seek new solutions actively in order to increase and strengthen their competitiveness. Today, one of the most effective tools to ensure the development of the enterprise are mergers and acquisitions, which are a reliable mechanism for business diversification and a means of increasing the efficiency of the newly created business entity.

On the other hand, the current stagnation of the economy and the market of mergers and acquisitions at the intra-State level of certain countries and regions are stimulating sales of the business by their owners in the domestic and, above all, the external markets. The decision on sales in most cases is considered to be uncontested, considering the critical risks increase in respect of the investment and

innovation projects in virtually all sectors of the economy of such states. In turn, this leads to a cost reduction of business assets in the face of an acute shortage of financial and production resources, an income and demand drop, as well as uncertainty of the prospects for the development of the national economies.

Possible negative consequences and risks of integration processes in the form of mergers and acquisitions should be considered both at the micro and macro levels.

At the micro level, the negative consequences of mergers and acquisitions are manifested through a number of risks (Tabakharniuk, 2012, p. 24-28). Such as the unsuccessful formation of the organizational structure, the high rate of the stuff turnover, the resistance to change emergence, the loss of partners and client base, reduction in the level of profits, income losses, lack of currency, incompleteness, inaccuracy, and lawfulness or lack of permanent availability of the information provided, as well as creditors' demands for repayment and settlement of obligations of the joined company.

Changing management process and revising the administrative and operational structures, there is a risk of erroneous liquidation of those units that could turn to be strategically important divisions in the future; their absence will have a negative impact on the functioning of the newly created enterprise.

Unsuccessful organizational changes may lead to the appearance of the risk of staff changes as well, which is manifested in the loss of qualified personnel, a decline in the loyalty of employees to the management of the enterprise, an increase in the number of conflict situations, a decrease in labor productivity and the formation of a tense psychological atmosphere in the team.

A common practice in certain countries in the context of the researched object is a deliberately false determination of the price of the transaction, which may bear the risk of overpayment or loss of profit. More often it is precisely the overpriced selling price of an enterprise that does not correspond to the real value of assets. Thus, by concluding an agreement with the company, the enterprise under acquisition demonstrates pseudo-positive financial indicators at the moment of transaction. At the same time the originator of transaction suffers additional losses and a shortage of profit from the synergy odds (Tabakharniuk, 2012, p. 33).

Another key risk is the risk of business reputational losses of the newly created enterprise, which is manifested due to the loss of existing and potential customers and strategic partners. In order to avoid such risks, it is necessary to organize an appropriate information campaign among counterparties and adhere to high standards of production or provision of services during the period of the merger or acquisition transaction.

At the macro level, such negative consequences for competition appear (Fyliuk, 2009, p. 94-95):

- the merger may cause the emergence of newly created business entity’s significant market power, enabling it to raise prices or reduce the volume of output unilaterally;

- increasing concentration in the relevant product market can provoke the firms that are currently in the market to coordinate the decisions on pricing and output, strengthening incentives for market participants' concerted actions.

Thereby, the integration processes in the form of mergers and acquisitions carry a large number of possible negative consequences and risks. The merger of an enterprise undoubtedly leads to a change in the organizational structure and a reduction in the number of employees. Newly created business entities, depending on their size, can limit competition, encourage conspiracy of producers and abuse power in the market.

Accordingly, in assessing the appropriateness and effectiveness of mergers or acquisitions, it is necessary to take into account the various aspects and risks of transactions:

- to comply with the requirements of current legislation and market rules;
- to consider legitimate interests of all participants in the process;
- to explain objectively that the transaction enhances the company's core strategy;
- to justify the use of mergers and acquisitions as an effective tool for business development and the prosperity of the country's economy.

References

1. Fyliuk, H. (2009). *Konkurentsiia i monopoliia v epokhu hlobalizatsii* [Competition and Monopoly in the Era of Globalization], Zhytomyr Ivan Franko State University, Zhytomyr, Ukraine, p. 94-95.
2. Tabakharniuk, M. (2012). *Hra na mil'jon: praktyka zlyttia ta pohlynannia v Ukraini* [The Million-Dollar Game: Mergers and Acquisitions in Ukraine], Kyivs'ka knyzhkovo-zhurnal'na praktyka, Kyiv, Ukraine, p.24-28, 33.
3. The Deloitte M&A Index Q4 2015-2016: Opportunities amidst divergence (2015). Available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Finance/gx-finance-m-and-a-index-q4-2015.pdf (Accessed 11 April 2017).
4. GOLDMAN SACHS: Management's Discussion and Analysis of Financial Condition and Results of Operations (form 10-Q) (2016). Available at: http://www.4-traders.com/GOLDMAN-SACHS-GROUP-INC-12831/news/GOLDMAN-SACHS-Management-s-Discussion-and-Analysis-of-Financial-Condition-and-Results-of-Operation-23329768/] (Accessed 11 April 2017).

SOCIAL AND CULTURAL COMPETENCE COMMUNICATION DEVELOPMENT IN THE PROCESS OF FOREIGN LANGUAGES STUDY: INFORMATION SOCIETY PROBLEM FIELD

Osipova Larisa[1], Nikitenko Konstantyn[1], Dryga Daria[1], Nikitenko Elina[2]

[1]Zaporizhzhya State Engeneering Academy, Zaporizhzhya, Ukraina

[2]Kherson State University, Kherson, Ukraina

Annotation. The present article analyzes the foreign language teaching approaches in the studying process of social and cultural sciences such as social philosophy, political science, cultural studies, psychology, sociology, history and others that possess a number of units and structural elements of the social and humanitarian sciences; The article defines the importance of facing to the cultural and geocultural values during the foreign languages studying and reveals its significance. Each of the above sciences studies the specific features of geoculture which can extend our knowledge by the means of foreign language on the one hand and to master the foreign language with the help of the mentioned subjects from the other hand.

Key words: foreign language, studying process, teaching approaches, geoculture, geoculture of linguistics, structural analysis, language characteristics.

Introduction

At present, everyoneis put in difficult conditions of social life by the dynamism of controversial world. Growing tensions are associated with changing of orientations, the need to search and quickly find solutions, stress - all the problems of human life, the preservation and development of the individual, his inner world, the formation of the person of socialization spiritual growth, and therefore at the forefront a culture that has a high mission - to solve global problems facing the modern world community. The current stage of development is characterized by contacting a humanist ideas turn to the man, his needs and interests. Training and education of the special qualities of a person confronts science demands of the formation of a person of socialization spiritual growth. Modernity confronts the human need for reasonable, rational and responsible attitude to the world, to his own interests, needs and deeds. Everyone should be able to navigate consciously in reality, to determine the place in society and the world, look for problems of implementation needs and interests. The ability and capability reasonable to think is not generated automatically, they must be fulfilledin the process of social and human sciences and, above all, foreign languages and philosophy - theoretically formulated vision systems, the most common theoretical view of the world and man's place in the world, and therefore at the forefront culture, a high mission - to solve global problems facing the modern world community.

Analysis of recent researches and publications where we can observe the beginning of the problem solution. The main objective of the present scientific study is to identify some teaching methods of social and cultural study in the process of foreign languages mastering. To achieve the main goal we have formulated a number of tasks:

- To define the self-development of culture in the study of the foreign languages;
- To reveal the impact of cultural studies on the formation of foreign languages thinking;
- To analyze the psychological studies of culture and geoculture including ethnic psychology;
- To show the role of sociology of culture in the consciousness development in the process of foreign language studying;

- To ground the role of foreign language and geocultural values as unifying in certain social societies and communities;
- To show the role of religion of geoculture including the analysis of world confessional map and the spreading of religious rites and traditions.

The exposition of main material

The foremost is the revival of the public interest to the problem of values, especially to geoculture and geovalues. The persistent consideration of "value" concept with different epithets in mass media (economic, legal, moral, aesthetic, common to all mankind, social and spiritual values) introduced this term generalized in human consciousness. A new access to the global public arena of values problems requires above all rethinking of the basic principles and systemizing the whole knowledge of cultural values (Bech, 2004). Also, cultural values are carries and spiritual conductors in the field of human consciousness in a reverse way. The actuality of cultural values research is in the fact that they (values) do dissociate human life from just biological existence. A person grasping the difference from other living creatures on Earth realizes himself in values as vital aims and ideals. In addition we should note that exactly values determine the sense of human existence as they are the core of internal and external culture and society. Therefore, investigating geoculture axiologically we should speak not of the "culture" definition but seek only a meaning ful base of the semantic core – geovalues. According to common agreement of global society, they are the cores of a new information civilization which are the true human spiritual values, such as faith, hope, love and consciousness. When defining a central science notion "value" we should remember of "elusiveness". Culture as a set of ideas about values and ideals is not limited by one social life sphere, but is able to cover different areas that regulate various person activities (Bazaluk, 2002).

Firstly, geoculture as a phenomenon originated long ago, but its existence didn't have a total character, because its carriers were separate and even prominent personalities – philosophers or war commanders, such as Alexander Macedonian, Napoleon etc. and only at the beginning of XXI century the process of its forming took great power and began to show up along with ontological, organizational and informative unity of world community.

Secondly, the investigating subject needs the achievements of all above-mentioned approaches, because only the integrated knowledge with high measure of authenticity can explain the process of geovalues generation, geocultural functioning and geopolitics, and also promote scientific prediction of future development of the world community in the paradigm of spontaneous integrative and disintegrative processes inherent to modern transformations of the planetary community structure.

Thirdly, the analysis of geoculture scientific approaches proved that it has sensible, valuable, psychological, social and political characteristics that demonstrate value-semantic matrix of planetary life

in the space-and-time dimension; it's becoming more visible and more influential on the global human lifestyle. Geovalues - is just one of the natural movements of a sensible living substance (Nikitenko, 2013).

Fourthly, the manifestation strengthening of the phenomenon is observed in the long time-line due to a considerable increase of spatial continuum, and with the growth of globalization tendencies we should expect an aggressive display of its organizational properties in the form of integration-disintegration processes and negative psychological consequences among the localized subjects of cultural and historical processes that are not ready to accept the formation of global civil society, keep their own ethno national values, for example, sharia, do not understand the major trends of community self-development – intellectual energy mastering, cosmopolitan consciousness formation with its adequate life vision and, finally, living outside our planet.

Cultural geographyinteresting in the process of foreign languages study is quite a young science for our country, and it often comes across non-acceptance, incomprehension overcoming prejudice, particularly by geographers. Cultural geography means much scientifically and practically, as a new humanitarian discipline because it is one of the outstanding geocultural research methods that studies geocultural and geopolitical semantics in the cultural context, the problem of relations of cultural regions and local awareness, the problem of cultural landscape and its components .At the present day cultural geography experiences the stage of break, when the spontaneously formed "amount" of cultural and geographical researches grows into "quality" – a significant theoretical and methodological basis of new geoculture (Voronkova,2010).

The first step necessary for geocultural interpretation is a geographical point on the world map, and a traditional locality description that may seem out-of-date. Also, a traditional and rather effective means of geocultural determination is wandering, but it demands the highest level of complexity. This great number of interpretations of culture diversity of methods and forms, the means of creative interpretation, the inner and outer contradictions makes it a "perpetuum mobile", giving it the ability to continuous development and mobility.

Let's consider the constituents of geospace by means of hermeneutics. From time immemorial the description of geographical peculiarities of culture has been very popular in this or that form. Each traveler has always considered it necessary to describe the traditions and customs of the land he visited and to observe the difference from his own land and people. In fact, those earliest descriptions were the first geocultural works. Although those works didn't have analytical character but they clearly and vividly revealed the cultural mosaic of our planet.

As already mentioned, the subject of journey description is very popular in modern geoculture, and as a scientific method it is probably the most popular. Present day scientists base their researches and

conclusions on travelers' experience that analyze geocultural images. Most likely, as a separate independent science, geoculture was born in XX century at the turn of culturology, geography and geopolitics. The origin of geoculture and its first features can be found in culturological researches. Geocultureis considered to originate firstly from culturology, as the last one could never do without geographical approach. It is obviously, as no other social science paid so much attention to space. Philosophy, sociology and even history easily deepened in abstraction, while cultorology always knew and kept in mind a specific area, because its studies have been tied to definite points, natural habitats and cultural carriers.

The attempt to find territorial binding for all world cultural spaces and choose toponyms that define the location of cultural spaces appeared to be the basis of geographical approach in geoculture. The representatives of this school are such prominent scientists as Spengler, Arnold Toynbee, N. Danilevsky, L.Gumilev. Each of them developed his own theory of cultural geographic zone of the world space. The main representative of anthropological geography school is a prominent German scientist Friedrich Ratzel. The most famous of his works about anthropo-geographical studies are "Ethnology", "Land and life" and "Comparative physical geography" published in Russian language at the beginning of XX century. Friedrich Ratzel was the first to introduce a "human element", i.e. a humanistic element in traditional geographical science. He described a detailed picture of peoples' settlement and culture spreading. The main theoretical basis for the early cultural geography was geographical determinism. It makes no sense to dwell in details on its specifics. Butwe should note that it was Ratzel who studied cultural diffusion appreciating geographical determinism. Generally speaking, anthropo-geography and cultural diffusion have much in common, namely:

- Theory of migration which includes the primacy of cultural values movement to multiple independent birth;
- The principle of cultural space continuity, or continuum;
- The conception of "form circles" – the complex of cultural characteristics.

Many scientists, both culturologists and geographer at the beginning of XX century made an accent on the influence of environmental factor on cultural genesis. It was at that time when the terms "cultural ecology" and "human ecology" appeared. The American school of K. Whisler, one of the founders of cultural area concept, works productively in these directions. J. Stort investigates human behavior under the influence of natural forces and environment, studying also the culture of a man in certain localities. There are similar works of such famous geographical determinism followers as Helen Cherchik Semple, Ellsworth Huntington, Albert Perry Bryhhem etc.

But eventually geographical determinism was rejected that caused the birth of cultural geography, and the other reason was the understanding of imperfections of describing approach of cultures spreading.

Is cultural geography a social science or humanitarian or any other? To answer the actual questions we should distinguish base directions of geoculture. But the gradation is rather approximate because of absence of clear determinations. So they are:

1. Determination of cultural groups in space. Here geography of religion, ethnic geography and linguistic geography found their place.
2. Description of different aspects of creative activity of cultural groups. This direction was entered by geography of art, science geography, geography of life culture and geography of mass culture.
3. Study of cultural and geographical aspects within the framework of other geographical sciences. Here we should include geography of economic culture, geography of settlements culture and geography of political culture.

To understand the basic principle of a separate discipline it is necessary first of all to describe it.

Conclusions

1. To sum it up, in the geographical context of cultural geography it's possible to distinguish a separate direction – geography of cultural groups with substantial constituents of geoculture of religions, ethnic geoculture and geoculture of linguistics. Geoculture of religion analyzes confessional world maps investigating distribution of religious rites and traditions and complex religious systems. One of the investigating subjects of geoculture of religions is the analysis of religion founders. The aim is to look at the confessional world map without any borders and restrictions. Ethnic culture is the second widest direction of cultural geography. It studies ethnic identity in the context of geography. The most important task is to analyze distribution of ethnic and sub-ethnic groups in order to determine the causes of ethnic conflicts. The founder of ethnic geography is W. Kollmorhen. Geoculture of linguistics is direction of geography of culture with its focus on a language and structural analysis as a basic investigating method. It includes several levels: family language groups, languages themselves, dialects and mode of speech. It is important that they study the distribution of certain language characteristics of one language unit, i.e. phonetics, lexis, syntaxes, spelling etc.
2. Methods which we may rely on in our research work are varied and their choices depend on what exact task we are to solve. Multidimensionality of investigated phenomena stipulates for interdisciplinary character research based on different general philosophical, scientific and specific methods that interact and determine each other, providing for the validity and authenticity of scientific results.

References

1. Voronkova, V. G. (2010). The philosophy of globalization: the socioanthropological, socioeconomic and sociocultural dimensions. *Monograph*. Zaporozhye: ZSEA Publishers, p. 272.
2. Bazaluk, O. A. (2002). The essence of human life. Naukova Dumka, p. 270.
3. Bech, V. P. (2004). Man and the Universe: cognitive analysis: *Monograph*. 2nd ed. ext. Zaporozhye: Prosvita, p. 148
4. Nikitenko, V. O. (2013). Problem field geo-cultural phenomenon: naukovipidhodi. Gileya (Naukova News): ST. Nauk.pr. ONE type of LLC "NVP" "VIR", Vip.71. p. 500-504.

АЛЬТЕРНАТИВЫ ПОНИМАНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ МОДЕЛЯХ ФИЛОСОФИИ ЯЗЫКА: АНТИГУМАНИЗМ VS ГУМАНИСТИКА

Подолякина Ольга

Бурштинский энергетический колледж Ивано-Франковского национального технического университета нефти и газа, Бурштин, Украина

Аннотация. Учитывая растущую потребность практического воплощения идей свободы, справедливости, стремление к реализации провозглашенных обществом прав человека, сторонники гуманистических концепций философии образования и воспитания, исследуя язык и поведение человека, формируют модели преграждения пути конформизму, манипулированию поведением личности, для того, чтобы создать условия для ее свободного самовыражения, для осуществления человеком фундаментального выбора поступков в конкретной ситуации и тем самым предупредить опасность формирования унифицированной формы поведения. **Центральная проблема данного исследования** – в том, что часто т.н. «языковые игры», которые становятся основой для осмысления всех когнитивных и дискурсивных форм, не имеют обязательного или нормативного характера, они не подчиняются каким-либо правилам и нормам. Осуществляется релятивизация не только научного разума и научных суждений, но и этических оценок и норм. **Задача исследования** – рассмотреть основные идеи гуманистических и антигуманистических форм философии образования, исследующих гетерономное многообразие языковых игр, в которые вовлечены идеи, дискурсы, ценности, мнения, стили жизни, локальные и исторически определенные институты, в том числе и институты образования. **Методологической основой исследования** являются языковые модели постмодернизма и «нового гуманизма» в философии образования. Исток антигуманистских установок представителей постмодернизма можно заметить и в структурализме, который видел в языке безличную нормативную систему и подчеркивал свой принципиальный антигуманизм, и в постструктурализме, который полагал, что современное искусство влечет за собой «смерть автора». Системно-интегративный аспект философии и менеджмента образования во взаимодействии с моделью «нового гуманизма» важен для формирования социально-ценностных ориентаций. **Делается вывод**, что перед философией образования и воспитания стоит задача определить факторы, которые обусловливают достижение ее основной цели, дать оценку моральным принципам и личностным качествам, с которыми собственно теория образования/воспитания связывает реализацию своих задач, показать, почему именно эти, а не какие-то какие-либо другие принципы и качества открывают человеку возможность выбирать в конкретной ситуации социально весомую и морально оправданную и приемлемую в общественной отношении линию поведения.

Ключевые слова: философия образования, постмодернизм, мораль, язык, гуманизм.

Введение

Актуальность исследования. Учитывая растущую потребность практического воплощения идей свободы, справедливости, стремление к реализации провозглашенных обществом прав человека, сторонники концепции «нового гуманизма» видят свою основную цель в том, чтобы преградить путь конформизму, манипулированию поведением личности и создать условия для ее свободного самовыражения, для осуществления человеком фундаментального выбора поступков в конкретной ситуации и тем самым предупредить опасность формирования унифицированной формы поведения. Постановка вопроса о необходимости философского анализа проблем воспитания и образования в социальном контексте служит показателем понимания философами, педагогами возрастающей роли человеческого и морального фактора в развитии общества. И, наконец, стремление разработать социально-философские основы педагогики вообще и воспитания в частности, свидетельствует о том, что западные и отечественные философы, педагоги, представители социальных и психологических наук, по крайней мере, большинство из них, осознали общественную значимость системы образования и воспитания, ее глобальный характер.

Проблема исследования - в том, что во многих идеях, которые важны для исследования механизмов власти и ее институтов, коммуникативной природы знания и системы образования/воспитания, границ общеобязательности научных истин, способов легитимации знания, тем не мене часто осуществляется релятивизация не только научного разума и научных суждений, но и этических оценок и норм, что ведет к возникновению и укреплению антигуманизма. Язык здесь лишается всякой связи с жизнью человека, превращается в игру, лишенную правил, а в результате – деантропологизация языка влечет за собой изгнание субъекта из философии.

Цель исследования – рассмотреть основные идеи гуманистических и антигуманистических форм философии образования, исследующих гетерономное многообразие языковых игр, в которые вовлечены идеи, дискурсы, ценности, мнения, стили жизни, локальные и исторически определенные институты, в том числе и институты образования. Проанализировать основные закономерности развития гуманистического подхода к проблемам институализации воспитания и формирования ценностных ориентаций.

Результаты исследования. Постмодернисты выдвинули идеи, важные для исследования механизмов власти и ее институтов, коммуникативной природы знания, границ общеобязательности научных истин, способов легитимации знания, но прежде всего довели до логического конца и тем самым до абсурда идеи, которые были развиты в философии XX века, в

частности критику *классического разума* и *классической метафизики*, расширение трактовки принципа рациональности, отказ от критериев общеобязательности и объективности, поворот к антропологии и к осознанию роли коммуникации в жизни человека, осмысление фундаментальной роли языка в познании и в самом бытии человека. Вместе с тем постмодернизм не просто универсализировал и применил идеи современной философии, но и радикализировал их, превратив их в средство политической и идейной борьбы против социальных институтов, против ценностей и норм вообще.

Постмодернизм выражает собой нигилистический комплекс, который всегда сопровождал и сопровождает успехи научно-технического знания, утверждение ценностей и норм современного общества. Этот нигилистический комплекс, возникший еще со времен Ф.Ницше, предполагает не столько переоценку всех ценностей, сколько отказ от классических ценностей и норм, выдвижение на первый план бессознательной субъективности, подчеркивание приоритетности витальных, эмоциональных и телесных потребностей человека и превращение рациональности и даже языка в средство репрессивного подавления чувственности и эмоциональности. Поэтому подлинные истоки репрессивности власти они усматривают в языке, который закабаляет человека и разрушает его личностное существование.

Постмодернистская философия (и ее соответствующие модели, такие, в частности, как социальная философия, философия образования, лингвистическая философия, философия истории и др.) возникла в конце 1970-х годов в европейских странах, прежде всего во Франции, как антитеза культуре, базирующейся на ценностях и идеалах Просвещения, и выдвинула в качестве ядра культуры понятие ***«языковой игры»***. Это понятие было введено Л.Витгенштейном в «Философских исследованиях» для того, чтобы подчеркнуть, что «говорить на языке – компонент деятельности или форма жизни» (Витгенштей, 1994, p. 90). Он выделил многообразие «языковых игр» – от языка приказов и вопросов до более сложных символических форм языка науки, подчеркнув, что существует многообразие форм речевой практики, способов применения языка. Представители постмодернизма обратились к этому понятию для того, чтобы выявить истоки репрессивных социальных институтов, авторитарности власти вообще. Эти истоки они усматривают в идее разума, из которой исходила философия Просвещения, в том числе и просветительская педагогика.

«Языковые игры», которые становятся основой для осмысления всех когнитивных и дискурсивных форм в постмодернистской философии в целом и в философии образования/воспитания в частности,, не имеют обязательного или нормативного характера, они не подчиняются каким-либо правилам и нормам. Они произвольны, как произвольны и выбор человека, и его эмоциональные переживания, и его витальные потребности. Языковые игры не

соединимы друг с другом, подчиняются различным правилам, которые можно менять в ходе игры и которые не могут притязать даже на минимальную степень универсальности и общеобязательности.

Человек не должен искать каких-либо форм самоидентификации. Если предшествующая философия и педагогика считали, что ядро личности, личностное самосознание сохраняется благодаря тому, что человек отождествляет себя или с Разумом, или с государством, или с национально-этническими общностями, то постмодернизм отвергает саму необходимость такой самоидентификации. Сам этот поиск свидетельствует о «неподлинности» существования человека и оборачивается бегством от свободы. Человек никогда не может быть тождественным себе. Он всегда есть непрерывный поток становления и изменения, момент в коммуникации с другими людьми. Необходимо отказаться от поиска какой бы то ни было устойчивости в бытии человека, осознать его коммуникативность и пластичность в актах коммуникации, невозможность выталкивания из этих коммуникативных и вариативных форм любых норм, ценностей и регулятивов, имеющих *облигативный* (обязательный) характер.

Постмодернизм отрицает то, что у человека может существовать общая или единая природа, конструируя образ человека, лишенного всякой способности к идентификации, движимого бессознательными стремлениями и подчиненного различного рода безличным структурам, в конечном счете структурам языка. Природа человека растворяется в лабильных, изменчивых актах коммуникации, а сами акты коммуникации не подчиняются каким-либо нормам, спонтанны и самопроизвольны.

Наука и образование также принадлежат к языковым играм, в которых нельзя достичь ничего, что имело бы характер общеобязательности и подчинялось бы каким-либо нормам. Решающая характеристика постмодернистского мышления – подчеркивание радикального плюрализма языковых игр. Так, согласно В. Риз-Шефер, постмодернизм – «это сознание, которое не ждет какого-либо примирения между различными языковыми играми» (Reese-Schäfer, 1996, p. 44). В.Велш – один из теоретиков постмодернизма в педагогике – усматривает в плюрализме важнейшую характеристику постмодерна: плюрализм «более не коренится и не притупляет почву общего согласия, но касается любой такой почвы» (Welsch, 1988, 10, p.14). Для других представителей постмодернизма в педагогике постмодернизм – это установка сознания, предполагающая радикальное переосмысление тех оснований, на которых строится все здание европейской культуры и цивилизации.

Постмодернизм решительно противопоставляет ценностям и нормам модерна новые ценности. Среди ценностей модерна, с которыми постмодернисты намереваются покончить, они особо выделяют культ разума, свободы и науки. Так, Ю. Хабермас видел в проекте модерна прежде

всего стремление к эмансипации человечества благодаря осуществлению универсальных просветительских ценностей. Именно этот проект модерна и вызывает критику со стороны постмодернистов и различные попытки его разрушить. Он должен быть ликвидирован, как заметил Лиотар (Lyotard, 1996, p. 33). Решающая черта постмодернистской философии – разрыв с любой идеологией Нового времени, с духовно-историческими основаниями культуры Нового времени, которые отождествляются с идеями прогресса, свободы и науки.

М. Фуко говорил о смерти человека, подчеркивая тем самым, что постмодернистская эпоха порывает с идеалами эпохи Просвещения и с гуманистическим образом человека. Гуманитарные науки выполняют функцию подавления человека, являясь средством безличных структур власти. В гуманизме постмодернисты усматривают исток и нормативную основу демократического общества, которые необходимо отвергнуть, поскольку они притязают на общеобязательность и универсальную значимость.

Критика гуманизма составляет одну из важнейших характеристик программы деструкции Нового времени и разрушения проекта модерна. Как и для представителей критической социологии (Т. Адорно и М. Хоркхеймера), так и для постмодернистов рационализм невозможен после Освенцима. Как сказал Лиотар, «словом, которое выражает конец идеала разума, является слово «Освенцим» (Lyotard, 1996, p.161).

Гуманизму постмодернизм приписывает отстаивание холодного расчета, идею подчинения внутренней и внешней природы человека требованиям, которые выдвинуты наукой и техникой, превращение буржуазных ценностей в общезначимые и универсальные. Для всех постмодернистов характерно страстное неприятие всякой универсальности – норм, правил, принципов, ценностей. Так, А.Хоннет говорит об аффекте против всеобщего как основной черте постмодернизма (Honneth, 1991, s. 600). Антигуманизм постмодернизма связан прежде всего с его идеями деструкции субъекта и смерти человека. Они-то и ведут к провозглашению «конца педагогики» (Heitger, 199, p. 33).

Короче говоря, гуманизм – это все то, благодаря чему в Европе прикрываются требования власти, благодаря чему воле к власти запрещается с помощью исключения некоторых возможностей стать властью. Ядро гуманизма – теория субъекта (в двояком смысле – как суверена и как подданного). Поэтому Европа отвергает все то, что может взорвать эти запоры, для чего существуют два метода: «раскрепощение» воли к власти, т. е. политическая борьба как классовая борьба, или попытка деструкции субъекта как псевдосуверена, т.е. культурная атака.

Критики постмодернизма указывают на то, что «генеалогическая программа отрицания субъективности ведет к чрезвычайно опасному разрушению идеи гуманности», поскольку постулат конститутивного единства человека все более и более ставится под вопрос как метафизический.

Вместо усилий мысли – спонтанность, вместо ответственности – произвол, вместо регулятивных норм – консенсус, вместо ценностей – договоренности, не имеющие обязательного характера и не предполагающие доверия и ответственности, вместо реальности – *симулякры*, вместо *интенциональности – коммуникативность*, вместо истины – убеждение – таково кредо постмодернистской философии вообще и постмодернистской ф. о. в частности. Поэтому претензии постмодернистов на перестройку всей системы образования – это строительство здания без всякого фундамента на зыбучем песке.

Сторонники же так называемого ***гуманистического подхода*** к проблемам образования и воспитания широко используют при анализе процесса формирования зрелой в моральном отношении личности результаты психологических исследований. В частности, они опираются на предложенную Л.Кольбергом в качестве основы нравственного воспитания схему поэтапного развития морального сознания (Kohlberg, 2000). Суть этой схемы Кольберг впервые изложил в докладе «Стадии морального развития как основа морального воспитания», с которым он выступил в 1971 г. в Торонто на конференции по проблемам нравственного воспитания. В адрес Кольберга раздаются и резко критические замечания, но тем не менее они не снижают популярности за рубежом его идей. Этот подход строится на предположении, что нравственное воспитание стимулирует естественный процесс развития *моральных* и *социально-языковых* суждений от одной стадии к другой до достижения в перспективе моральной зрелости личности. Излишняя социализация индивида, утверждает, например, философ образования Кольберг, неизбежно ведет к потере им своей уникальности. *Гуманизм* как принцип систем образования и воспитания разделяется сторонниками различных педагогических и философских школ. Вот почему концепция образования и воспитания, именуемая в современной западной философии образования ***«новым гуманизмом»***, объединяет представителей философии, педагогики и этики, лингвистического анализа, психологов школы Ж. Пиаже и его современных последователей, ряд социологов и др.

Считается, что ***некоторые фундаментальные понятия, процедуры, классификации и дифференциации определяются согласием людей, выраженным с помощью языка*** (Honneth, 1991, p.12). Это согласие дает основу нашим рассуждениям. Объективность, таким образом, возникает в опыте человека, когда люди «согласны» описать, выразить свой субъективный опыт в понятиях, доступных другим. Здесь позиция Хёрста и философа образования Брента сближаются с позицией классика педагогики, психологии и философии образования/воспитания Дж.Дьюи. Поскольку, по Хёрсту, предполагаемое значение и объективность концептуально связаны (суждения могут быть или истинными, или ложными, но они не могут одновременно быть и теми и другими), вполне понятна потребность людей не только в выражении мнений, убеждений, но и в

организации тех знаний, которые носят общий характер (Hirst, 2004, p. 57-58). На такую организацию знания и претендуют описанные Хёрстом семь форм познания.

Итак, в основе классификации форм познания, по Хёрсту, лежит согласие людей, возникающее в процессе непосредственного их общения на той стадии развития человечества, когда еще не было лингвистической и символической форм выражения языка. Позднее в результате бесед, диалогов ученых, моралистов, теологов сложились различные формы познания. Таким образом, познание сводится к выбору языка, к «языковой игре».

Суждения, к которым Хёрст сводит знание, могут быть проверены, если язык, в котором они выражены, понят. Тем самым язык, его структура, его понятийный состав становятся критерием того, что может быть познано, что может быть носителем знания, а что – фантазией. Короче говоря, язык предстает как источник знаний. В свою очередь язык может быть понят, если он в доступной форме символизирует понятия, которые являются общими для людей. Поэтому *знание вначале определяется в понятии* ***значения***, а лишь затем в *понятии* ***истины***. Следовательно, оно лишено объективного источника. Отсюда и ***основной задачей процесса познания оказывается изучение языка, а не объективного мира, существующего до мышления***.

Осознав необходимость формирования у людей определённой ценностной ориентации, приверженцы «нового гуманизма» ставят вопрос о роли моральных принципов для осуществления этой цели нравственного воспитания. Однако у них нет единства в трактовке этого вопроса. Р.Питерс, например, вообще считает, что нравственное воспитание – это воспитание в духе простых норм нравственности, приспособленных в своём конкретном содержании к жизни школы. Так, Р.Питерс пишет: «Воспитание и образование имеют в виду не только дать знания, но и изменять, регулировать позиции, эмоции, желания, поступки людей». Он приходит к выводу, что «воспитание учит человека, как жить» (Peters, 1979, p. 469). Главное внимание сторонники этой концепции в философии образования и воспитания уделяют обоснованию цели нравственного воспитания, его методов и средств. Причем, в отличие от прагматизма представители «нового гуманизма» (П. Хёрст, Дж. Вильсон, Р. Питерс, М.Уорнок, Л. Кольберг, А. Харрис и другие) связывают процесс воспитания с ценностной ориентацией людей. По их мнению, философия образования и воспитания должна четко очертить круг гуманистических социальных и моральных ценностей, назвать общественные институты, призванные формировать ориентацию на эти ценности, обосновать соотношение индивидуальных и социальных качеств личности, которые могли бы способствовать утверждению в обществе *«духа демократии»*. Но решение этих важных вопросов требует анализа морали – выявления ее природы, функций в познании мира, отличия от других форм его познания. Применяя к проблемам воспитания методологические установки философии лингвистического анализа, сторонники «нового гуманизма» нередко сочетают их с

идеями Платона, Канта и других крупнейших мыслителей прошлых эпох. Это прежде всего обнаруживается в трактовке морали и ее языке, значения их для процесса воспитания.

Выводы

1. *Дифференциация* (в том числе, языковая, познавательная и, как результат – социально-поведенческая) предполагает умение личности отличать сущее от должного и обобщать факты моральной жизни для того, чтобы составить свое представление о должном. Интеграция предполагает готовность человека осознать необходимость наличия единых для всех людей правил и принципов морали. Именно такая структура морального сознания дает возможность человеку понять суть возникающих социально-моральных конфликтов и найти их решение.
2. Идея о том, что философия рассматривает образование и воспитание как постоянный рост человека, в современной философии образования/воспитания противопоставляется т.н. «ролевым теориям». Последние предполагают подчинение поведения личности нормам, которые должны быть внесены в сознание индивида с помощью механизма *интериоризации* (стать частью внутренней структуры его сознания).

Список литературы

1. Витгенштейн, Л. (1994). Философские работы. М.: Гнозис.
2. Brent, A. (1998). Philosophical Foundations for the Curriculum. London;Boston: Allen & Unwin.
3. Honneth, A. (1991). Das Affekt gegen das Allgemeine. Zur Lyotards Konzept der Postmoderne. Merkur. 38 (8), p. 591-604.
4. Heitger, M. (1992). Über die Notwendigkeit einer philosophischen Begründung von Pädagogik. *Vierteljahrsschrift für wissenschaftliche Pädagogik*. 68 (1), p. 31-38.
5. Hirst, P. (2004). Moral Education in a Secular Society. London: University of London Press.
6. Kohlberg, L. (2000). Education for a just society. (Moral Development, Moral Education. Ethics and Educational Policy). Birmingham: Munsey. .
7. Lyotard, J. - F. (1996). Postmoderne für Kinder/Jean-Francois Lyotard. Hrsg. von Peter Engelmann. Aus d. Französischen von Dorothea Schmidt (Le Postmoderne expliqué aux enfants). Wien: Passagen Verlag (2. Aufl.).
8. Peters, R. S. (1979). Democratic Values and Educational Aims. Democratic Values; Educational Philosophy; Philosophy;Values Teachers College Record, 80 (3), p. 463-482.
9. Reese-Schäfer, W. (1996). Lyotard zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag 3. Überarbei-tete Aufl.
10. Welsch, W. (1988). Wege aus der Moderne: Schlüsseltexte der Postmoderne-Diskussion.Weinheim: VCH.

CORPORATE EVENT AS A WAY OF THE EFFECTIVE TEAM BUILDING IN THE CONDITIONS OF THE GLOBALIZATION

Popravko Olha

Melitopol State Bohdan Khmelnitskiy Pedagogical University, Melitopol, Ukraine

Annotation. The author draws attention to the corporate culture as the key factor of the company's successful work. The use of the corporate event is emphasized to be an inseparable part of the organizational culture of the company. The corporate event performs a number of functions, which are necessary for the formation of the system of internal communication in the company (it facilitates the restoration of the mental energy and spiritual balance of the employees; helps to resolve the contradictions, which arise in the team; establishes the individual's relationship with the community; creates a sense of the whole; increases the efficiency of the work; ascertains the achievements and success of the company, etc). Well-organized corporate event can become a powerful motivational incentive for the employees; moreover it can promote the building of an effective team.

Key words: corporate event, "empathy", integration, "fixation of success", motivation.

Introduction

Nowadays the integration of domestic economy into the world economic system is taking place. This causes a change of traditional approaches to staff management processes. New business conditions require us to consider the concept of "corporate culture" as one of the main elements of the system of personnel management.

In the modern business world corporate culture is an important condition of company's successful work, the foundation of its dynamic growth. It has to be said that corporate event serves as a kind of guarantor of the desire to improve efficiency. Corporate culture forms a certain image of the organization, creates a system of social stability, provides the standards of employee's conduct, which are characteristic elements of this system; it also contributes to the team building. Therefore, the corporate event becomes an important element of modern companies' life, an inseparable component of their organizational culture. They perform the function of team building, act as a guide of the establishment and support of company's core values.

Corporate event as organizational culture element

The author of this article researches one of the elements of the corporate culture – a corporate event. It has to be mentioned that this exact event, in our opinion, is one of the most effective ways of establishing a system of internal communication of the company.

It is well-known fact that the main resource of a successful company is the people – its employees and their families, customers, competitors, etc. The human factor is a decisive one in creating the perfect team. Any organization, even the most successful one, can't exist without them!

It goes without saying that in order to achieve the maximum efficiency of the staff it is necessary to organize the working process properly, namely to balance the time, allocated for work and the time – for rest. Moreover, the leisure activities of the employees can be also used with the advantage for business. "In the society people's natural desires are displaced and the feelings of depression are accumulated. All these features remind the spring, which is slightly compressed in the normal state. The man bends under the society. On the other hand from time to time this tension must be relieved. This situation requires the managers to use new forms of the work with the staff (Khodak, 2002).

Corporate event has been used as one of the most effective forms of work with personnel – a certain act of "empathy", caused by the joint success and achievements. Corporate event, as one of the forms of festive culture, took place in the developed capitalist countries of Europe and America in the late 19^{th} – early 20^{th} century. It happened when the owners of large corporations realized the essence of the word "motivation" and began to apply it to the business sphere. They were convinced that the employee, who works not only for financial reward, but also for the "idea", is much more efficient and, therefore, brings the biggest profit to the company. Nowadays, a corporate event has become a part of the internal policy of many companies. The success of further activities of the company depends on the corporate event, as it increases the motivation of employees, facilitates the team building, and reveals the main problems of the company. As a result, the corporate event acts as a mechanism of organizational diagnostics.

Corporate event is an inseparable part of the organizational culture of the company and it acts as a guide of the core values and attitudes of the company. It is a specially organized party on the occasion of the events which are important for the company. If the corporate event is properly organized and held, it can contribute to the achievement of the goals. The corporate event can be aimed at different target audiences, from the other hand it depends on the goals and objectives of the company (Volchuk, 2006).

It is important to take into account that a corporate event is not just common entertainment, it is also based on a concrete idea, which meets the goals of the company, units and inspires its employees.

It is out of the question that corporate events in the life of the company perform a number of important functions. First of all, they are used to establish a rapport in a team and to develop a sense of "empathy" while talking about common goal and ideas.

First of all, the corporate event performs a compensatory function. This function is realized in the ability of the event to meet those needs which can't be satisfied in everyday life. It is a rest of the employees from their routine work, the restoration of physical and mental forces, the relief of the

emotional-psychological and existential-psychological stress, and replenishment of the deficit of emotional-aesthetic experiences and impressions. Corporate event helps to restore mental energy and spiritual balance of the employees.

It is important to emphasize that the corporate event compensates not only the restrictions and prohibitions, established by everyday life, but also turns them into fun and enjoyment. Being a specific model of the world, it is located in another space and another time. Employees stay within this model, in its particular space and particular time, which helps to remove or resolve the contradictions of reality. Moreover, the fact of the existence of this very model is also very important.

The function of socialization is important too. After all, any act of festive behaviour of the individual is a social one in its nature as it is included in the context of social reality as well as in the functioning of the social system.

The collective nature of the events reflects not only the fact that a certain group of people participate in them, but also the presence of well-defined single community (group, that considers the event as its heritage and a natural way of expressing its values). The connection of the corporate event with the identity of the individual and the community suggests the features of isolation in it, expressing the awareness of "I" and "we" concepts. The things which distinguish the members of one group from the members of the other group integrate and unite the representatives of this very group – in our case the team of the company.

Crowded and anonymous atmosphere of the communication; close physical contact that causes the effect of physical emotional infection; the emergence of a kind of collective euphoria – all these factors give birth to the collective feeling and make the experience of the individual's relationship with the community a subjective one. Thus, the corporate event reinforces a sense of belonging to a certain community in the mind of the individual. So, we can conclude that the corporate event performs the function of integration.

In addition to all factors that have been mentioned above, we need to emphasize that the corporate event also performs the function of team building. One of its tasks is to change the routine of the monotonous office life. The employees, accustomed to see each other in a certain role, get tired and are not interested in each other any more, as a result the internal tension appears, different conflicts take place. All these factors gradually lead to a reduced efficiency. Communication in a relaxed atmosphere helps employees to get to know each other better. Perhaps having a glass of wine together they will be able to find understanding and to resolve conflicts. As you know, in ninety nine cases out of a hundred a committed team of people with average abilities achieves higher results than a group of geniuses without the team spirit (Bohdanov , Zazykin, 2003).

One more important function, performed by the corporate event, is the "fixation of success". In contrast to the usual summing up, this function emphasizes the achievements and successes of the company with a positive focus. These factors allow employees to demonstrate their best qualities to their partners, competitors and themselves.

In our opinion the most important function of the corporate event is a motivational one. Good motivation is needed for the effective work of the employees. As you know wealth has always been the best means of motivation. But today it is not enough to be well-paid. The results of sociological studies show that the creation of a team spirit goes along with the providing comfortable working conditions and high wages, and sometimes it even goes ahead of all these factors (Gundarin, 2007). It has to be mentioned that V. Novikov, one of the researchers of corporate culture, has emphasized "All managers want their employees not only to be proud of the fact of working in their organization, but also to be willing to work selflessly for the sake of their company's prosperity. However, high salaries and bonuses can't always solve this problem. Corporate events make a person feel a sense of belonging to the organization, promote a sense of the commitment to a team as a whole (Novikov, 2001).

It is impossible to measure or estimate the team spirit, but its role is definitely important. The commitment to a team makes a person put the interests of the team on the first place and correspondently consider personal benefit as a second one. When the person starts thinking about the whole company's benefits, without being limited by the range of his or her direct personal duties, then the indicators of company's profit increase faster without any additional investments.

Conclusions

1. Thus, a corporate event, which is properly organized, can be a powerful motivational incentive for the employees; it unites them into one committed team and creates a good atmosphere, which is kept for a long time.
2. And therefore we can conclude that the organization of the corporate event for the employees is a long-term investment in the future prosperity of the company. The friendly team is able to achieve high results in reaching the main goal – successful development of business.

References

1. Bohdanov, E. N.; Zazykin, V. G. (2003). Psychological basis of "Public relations".
2. Gundarin, M. V. (2007). The book of the head of PR department.
3. Khodak, E. (2002). The event as a tool of internal PR. PRnews, 2.
4. Novikov, V. (2001). Bonus to the award. The events for employees have become an integral part of the corporate culture. Expert North-West, 26 (55).
5. Volchuk, S. (2006). Corporate event.

LANGUAGE AS A WAY OF PRESERVING NATIONAL IDENTITY IN THE POST-SOVIET STAGNATION OF TOTALITARISM

Sytnyk Julia

Melitopol state pedagogical University named by Bohdan Khmelnytsky, Melitopol, Ukraine

Annotation. The article attempts to analyze the importance of language as a way of preserving national identity in the situations, when along with the stagnation of Soviet totalitarianism, authoritarianism modern post-totalitarian Russia continues to embody almost all the traditions of the Russian Empire and the Soviet Union's policy of denationalization former Soviet republics. Particular attention is paid to the destructive role of the most active mental followers autocratic and oppressive paradigm – Muscovites, who were in fact, victims of the totalitarian regime were denied their own national identity, despite this, scornfully and contemptuously treated the language culture even those nations (for example - Ukrainian), which significantly exceeded the level of their historical and civilizational development. Noted that the words about human rights in vybori language laws were in the Soviet Union, Romania, Hungary and Poland. However, the reality always boiled down to a choice not Ukrainian language, as a consequence of this "choice" is also well-known: Big tracts of Ukrainian ethnicity were denationalizated, asymilated by neighbored nations. It is noted that the opposition national human rights entity (person or even at all) occurs mainly in the colonizer, who believes a person or first person colonizer and therefore requires itself of all rights, without abandoning course of human colonizers. And the right colonizer Muscovites and their henchmen from among the natives, collaborators not only humiliated and discriminated against minority languages, but gradually destroying their national consciousness and identity. In general concluded that in a post-totalitarian stagnation importance of the national language and national identity in post-Soviet countries is probably the most important factor in the development of civilization. As is clearly the events of 2014 show in the Crimea and Donbas, ignoring the national language and identity along with artificial planting "Russian world" inevitably leads to totalitarianism resuscitation, with almost all of its inhumane, criminal manifestations. A bearers and performers of the first act of a person lacking spirituality, national consciousness and identity, in fact - mankurt. Therefore, the task of preserving and nurturing the national language and national identity is now one of the most priority.

Key words: national identity, national language, post-Soviet totalitarism, self mankurt, "Soviet people", language culture.

Введение

У статті зроблено спробу проаналізувати значення мови як засобу збереження національної ідентичності в умовах, коли поряд із стагнацією радянського тоталітарного режиму, авторитаризм сучасної посттоталітарної Російської Федерації продовжує уособлювати практично всі традиції Російської імперії та Радянського Союзу щодо політики денаціоналізації колишніх республік СРСР.

Особлива увага приділена деструктивній ролі найбільш активних ментальних послідовників самодержавно-деспотичної парадигми – москвичів, які будучи, по суті, самі жертвами тоталітарного режиму, позбавленими власної національної ідентичності, зневажливо й з презирством ставилися до мовної культури навіть тих націй, які значно перевищували їх за рівнем історичного та цивілізаційного розвитку (наприклад – української).

Зауважено, що слова про права людини у виборі мови були в законах СРСР, Румунії, Угорщини, Польщі. Однак реальна дійсність завжди чомусь зводилась до вибору не української мови, а наслідок цього «вибору» теж відомий: великі масиви українського етносу були денаціоналізовані й асимільовані сусідніми народами.

Наголошується, що протиставлення прав нації правам особи (чи навіть взагалі людини) виникає здебільшого у колонізатора, який вважає особою чи то людиною передусім колонізатора та вимагає відтак собі всіх прав, не відмовляючись, звичайно, від прав колонізатора. І на правах колонізатора москвини та їх прислужники з числа автохтонів-колаборантів не лише принижували й дискримінували мови національних меншин, але й послідовно знищували їхню національну свідомість й ідентичність.

Загалом зроблено висновок, що в умовах стагнації пострадянського тоталітаризму значення національної мови та національної ідентичності в пострадянських країнах є чи не найголовнішим чинником цивілізаційного розвитку. Адже, як яскраво продемонстрували події 2014 року в Криму та на Донбасі, ігнорування національної мови та ідентичності, поряд із штучним насадженням «руського мира» неминуче призводить до реанімації тоталітаризму, з практично всіма його антигуманними, злочинними проявами. А носіями й виконавцями цього передусім виступають особи з відсутньою духовністю, національною свідомістю та ідентичністю, фактично – манкурти. Саме тому, завдання збереження та плекання національної мови та національної ідентичності є нині чи не найбільш пріоритетним.

Результати

Радянський тоталітарний режим середини XX століття, серед іншого, був спрямований на денаціоналізацію колишніх республік СРСР та створення аморфної етнічної спільності, позбавленої ідентичності під назвою «радянський народ». Ця ідея, загалом, була позбавлена реальної перспективи. Однак, методи її втілення спирались на увесь репресивний інструментарій тоталітарного режиму. І як наслідок – протягом кількох десятиліть на теренах Радянського Союзу було винищено національно свідому інтелігенцію, загалом ліквідовано або ж мінімізовано викладання національними мовами в навчально-наукових і культурно-мистецьких закладах. Загалом же відбувався тотальний процес манкуртизації практично всіх національностей, тобто – викорінювалися елементи національної ментальності, самосвідомості й духовності. Поряд із цим, здійснювався жорстокий тиск на всі релігійні культи (хіба що за певним виключенням – окрім РПЦ). Також піддавалися нівеляції національні традиції та звичаї. При цьому, вирішальним фактором знищення чи збереження національно-релігійної ідентичності залишалася саме мова.

Р. Лемкін (2012) припустив, що «керівники Кремля» (радянські лідери), намагаючись сформувати тип «радянської людини» та «радянського народу», задля досягнення цієї мети, готові були знищити всі нації та культури, існуючі в Східній Європі, що цілком очевидно, було класичним прикладом радянського геноциду, найтривалішого та наймасштабнішого експерименту в процесі русифікації. Насамперед, це означало знищення української нації, балтійських націй Литви, Естонії і Латвії, Кримськотатарської республіки тощо. Кожен такий випадок був проявом системної політики ліквідації неросійських народів шляхом ліквідації їх окремих частин. Відтак, Р. Лемкін особливу увагу звернув на довгострокову політику експансіонізму Кремля, котра мала численні прецеденти в царській Росії й призвела до масового винищення народів і націй, зокрема – в ході вторгнення Радянського Союзу в Європу, під час якого все різноманіття балтійців, поляків, угорців, румунів та інших, комуністичні очільники прагнули звести до одноманітної маси (Лемкин, 2012). При цьому, завжди всім народам нав'язувалася російська мова в якості «мови міжнаціонального спілкування».

Деспотична форма державного управління й агресивна форма московської політики є органічною властивістю Російської імперії, яка продиктована її характером багатонаціональної держави, московськими традиціями та геополітичним становищем. Продовживши деспотичні традиції самодержавства, комуністична диктатура й тоталітаризм утверджували радянську імперію політикою експансіонізму. Але навіть поневолюючи й денаціоналізуючи інші народи, москвини самі стали рабами та жертвами власного імперіалізму (Голубенко, 1987). Будучи жертвами тоталітарного режиму, вони також позбувалися власної національної ідентичності. Попри це, у загальній своїй масі, москвини зневажливо й з презирством ставилися до мовної культури навіть тих націй, які значно перевищували їх за рівнем історичного та цивілізаційного розвитку (наприклад – української).

Згідно визначення В. Іванишина та Я. Радевича-Винницького, в Україні мав місце лінгвоцид. У тому числі й через так звану «свободу вибору» мови. Справжня свобода вибору, на їхню думку, можлива тільки за повної паритетності, рівноправності мов, чого не буває в жодній багатонаціональній державі, де «неминучими є ущемлення, а то й нищення інших національних культур, мови, національного характеру, провідних мислячих людей» (Ю. Мушкетик). У житті мов теж спостерігається своєрідна «воля до влади» (згідно Ф. Ніцше), і незахищені мови опиняються в ролі попелюшки або й зникають з лінгвістичної карти світу. Слова про права людини у виборі мови були в законах СРСР, Румунії, Угорщини, Польщі, однак реальна дійсність завжди чомусь зводилась до вибору не української мови, а наслідок цього «вибору» теж відомий: великі масиви українського етносу були денаціоналізовані й асимільовані сусідніми народами.

Нині, коли українська мова оголошена державною, знову чується галас про права людини, про свободу вибору мови. А йдеться про одне: як би, живучи в Україні, не вчити і не користуватись українською мовою (Іванишин, 1994). Адже, як справедливо підкреслив Я. Радевич-Винницький, протиставлення прав нації правам особи (чи навіть взагалі людини) виникає здебільшого у колонізатора, який вважає особою чи то людиною передусім колонізатора та вимагає відтак собі всіх прав, не відмовляючись, звичайно, від прав колонізатора (Радевич-Винницьки, 1997). І на правах колонізатора москвини та їх прислужники з числа автохтонів-колаборантів не лише принижували й дискримінували мови національних меншин, але й послідовно знищували їхню національну свідомість й ідентичність.

Так, у відносно ліберальний (геноциду таки не було) хрущовсько-брежнєвський період кількість дітей, що навчались в українських школах, неухильно зменшувалась. Цей процес продовжувався аж до самого кінця існування СРСР. Якщо в 1985–1986 навчальному році українською мовою навчалось 48,2% дітей республіки, то в 1990–1991 році частка таких дітей зменшилась до 47,9%. За п'ять років «перебудови» приріст контингенту російськомовних учнів перевищив приріст українськомовного контингенту в 2,7 раза [3]. Поряд із формальними показниками слід враховувати й ідеологічну політику компартії щодо возвеличення всього російського та ігнорування й переслідування всього національного.

Выводы

1. Загалом, слід підсумувати, що в умовах стагнації пострадянського тоталітаризму значення національної мови та національної ідентичності в пострадянських країнах є чи не найголовнішим чинником цивілізаційного розвитку. Адже, як яскраво продемонстрували події 2014 року в Криму та на Донбасі, ігнорування національної мови та ідентичності, поряд із штучним насадженням «руського мира» неминуче призводить до реанімації тоталітаризму, з практично всіма його антигуманними, злочинними проявами.
2. А носіями й виконавцями цього передусім виступають особи з відсутньою духовністю, національною свідомістю та ідентичністю, фактично – манкурти. Саме тому, завдання збереження та плекання національної мови та національної ідентичності є нині чи не найбільш пріоритетним.

Список литературы

1. Лемкинб, Р. (2012). Советский геноцид в Украине : [Електронный ресурс] Режим доступа : http://argumentua.com/stati/rafael-lemkin-sovetskii-genotsid-v-ukraine.

2. Голубенко, П. (1987). Україна і Росія у світлі культурних взаємин: [Електронний ресурс]. Нью-Йорк: http://shron.chtyvo.org.ua/Holubenko_Petro/Ukraina_i_Rosiia_u_svitli_kulturnykh_vzaiemyn.pdf.
3. Іванишин, В. (1994). Мова і нація : [Електронний ресурс]. Видавнича фірма «Відродження», Режим доступу: http://dontsov-nic.com.ua/ridna-mova/.
4. Радевич-Винницький, Я. (1997). Україна: від мови до нації: [Електронний ресурс] Видавнича фірма «Відродження»,Режим доступу: http://periodyc.ru/v19477/радевичвинницький_я._україна_від_мови_до_нації.

MINDFULNESS STRESO VALDYMO TEORINIAI ASPEKTAI

Urbanavičiūtė Solveiga, Jesevičiūtė-Ufartienė Laima

Kauno kolegija, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Žmogus evoliucijos eigoje sugebėjo išsiugdyti ne tik įpročius dėl, kurių kyla emociniai sunkumai, bet ir gebėjimą kaip pačiam nuo jų išsivaduoti. *Mindfulness* (*iš anglų k. reiškia* sąmoningumas) žmogui padeda priimti neišvengiamus pakilimus ir nuosmukius, užuot jiems priešinusis. Taip pat sąmoningumas aprūpina priemonėmis ištverti žmogiškąją lemtį. *Mindfulness* tapo svarbia konstrukcine dalimi, žmogaus protinėje sveikatoje. *Mindfulness* praktikos žmogui padeda ne tik išvengti streso. *Mindfulness* gali padėti žmogui suprasti kaip veikia jo psichika, ypač kai ji kuria kančias, yra lengviau suprasti kaip tas kančias galima pamažinti. Dažniausiai žmogus bijo to kas laukia ateityje, kas bus. Sąmoningumo pratybos reikalingos žmogui padėti priimti esamą patirtį, būtent tokiu būdu mūsų mintys persikelia į dabartinę akimirką. Literatūros analizės metu, pateikta įvairių autorių nuomonės, apie tai kas yra *mindfulness*, dėl kokių priežasčių gali prireikti šių meditacijų bei kokiose srityse *mindfulness* yra veiksmingiausia.

*Darbo tikslas***:** aptarti *mindfulness* streso valdymo teorinius aspektus.

*Darbo metodai***:** mokslinės literatūros analizė.

Raktiniai žodžiai: mindfulness, dėmesingas įsisąmoninimas, sąmoningas streso valdymas.

Mindfulness sąvokos analizė

R. D. Siegel (2017) teigia, kad žmogus evoliucijos eigoje sugebėjo išsiugdyti ne tik įpročius dėl, kurių kyla emociniai sunkumai, bet ir gebėjimą kaip pačiam nuo jų išsivaduoti. *Mindfulness* (*iš anglų k. reiškia* sąmoningumas) žmogui padeda priimti neišvengiamus pakilimus ir nuosmukius, užuot jiems priešinusis. Taip pat autorius teigia, kad sąmoningumas aprūpina priemonėmis ištverti žmogiškąją lemtį (Siegel 2017).

Kyla klausimas kas yra *mindfulness* ir kaip tai reikėtų tiksliai apibūdinti. Skirtingi autoriai, *mindfulness* sąvoka apibrėžia panašiai. Stahl ir Goldstein (2010) teigia, kad *mindfulness*, tai būti pilnai dabarties momente, kad ir kas be nutiktų, be jokių išankstinių nuostatų ar vertinimo.

G. Žalytė, A. Juškienė ir J. Neverauskas (2015) dėmesingą įsisąmoninimą (angl. *Mindfulness*) apibūdina kaip sąmonės būseną, kuri leidžia individui įsisąmoninti ir reflektuoti savo patirtį tuo pat metu, kai ji vyksta.

Pasak E. Goldstein ir P. Calistoga (2014) *mindfulness* reiškia ketinimą sąmoningai dalyvauti kiekvienoje savo gyvenimo akimirkoje. *Mindfulness* nereikalauja jokių įsitikinimų ar tradicijų, tai yra paprastas būdas pastebėti savo fizinius pojūčius, vaizdus, garsus, kvapus, reakcijas.

D. McCown ir M. S. Micozzi (2012) teigia, kad galima daryti prielaidą, kad *mindfulness* apima specialią mąstymo kryptį: „daryti“ vietoje tiesiog „būti“.

C. Wolf ir J. G. Serpa (2015) *mindfulness* apibrėžia labai trumpai ir paprastai. *Mindfulness* išvertus iš anglų kalbos reiškia – atkreipti dėmesį. Tačiau *mindfulness* kontekste šis žodis reiškia atkreipti dėmesį tam tikru būdu.

Išanalizavus penkis skirtingus literatūros šaltinius, paaiškėjo, kad *mindfulness* skirtingi autoriai apibūdina įvairiai, tačiau labai panašiai. Pagrindinė vyraujanti nuomonė, kad vis dėl to *mindfulness* – tai pasirinkimas būti dabarties momente. Kitaip tariant tai speciali mąstymo kryptis, kuri padeda atkreipti dėmesį tam tikru būdu.

Mindfulness streso valdymo teorinių aspektų apžvalga

R. D. Siegel (2017) teigia, kad dažniausiai žmogus bijo to kas laukia ateityje, kas bus. Sąmoningumo pratybos reikalingos žmogui padėti priimti esamą patirtį, būtent tokiu būdu žmogaus mintys persikelia į dabartinę akimirką. Pasak A. W. Hanley ir kt. (2016) *mindfulness* tapo svarbia konstrukcine dalimi, žmogaus protinėje sveikatoje. *Mindfulness* praktikos žmogui padeda ne tik išvengti streso.

Skirtingi autoriai literatūroje linkę išskirti skirtingus bruožus, kuo *mindfulness* padeda žmogui. E. Goldstein ir P. Calistoga (2014) teigia, kad *mindfulness* žmogui gali padėti ne tik sumažinti stresą, bet ir kitus su juo susijusius dalykus:

- padeda fiziškai atsipalaiduoti;
- sustiprina žmogaus savimonę;
- padeda išlaikyti emocinę pusiausvyrą;
- padeda sureguliuoti mūsų elgesį;
- sumažina savikritiškumą;
- pagerina tarpusavio santykius (Goldstein, Calistoga, 2014).

I. Vasionytė ir M. Dovydaitienė (2015) pastebi, kad streso mažinimo programa, jų atlikto tyrimo metu parodo tai, jog streso mažinimas tai yra tik viena iš daugelio veiksmingumo sričių. Tačiau autorės pabrėžia, nors tai ir vadinama streso mažinimo programa, jų atlikto tyrimo dalyviai pasisakė, kad tai nėra

tikslus pavadinimas, nes streso mažinimas atspindi tik vieną iš daugelio programos veiksmingumo sričių. Autorės išskiria penkias pagrindines sritis veikiamas streso mažinimo programos:

1) veiklos efektyvumas;
2) psichologinė gerovė;
3) dėmesingas įsisąmoninimas;
4) įžvalgos;
5) streso mažinimas (Vasionytė, Dovydaitienė, 2015).

R. D. Siegel (2017) teigia, kad sąmoningumo meditacijos žmogui naudingos siekiant įveikti šiuos dalykus:

- depresiją;
- nerimą;
- piktnaudžiavimą narkotinėmis medžiagomis;
- valgymo sutrikimus;
- pyktį;
- tarpusavio santykių sunkumus;
- lėtinius raumenų bei kaulų skausmus;
- kitus streso sukeltus sutrikimus.

Daugelis autorių linkę įvardinti pagrindines priežastis, dėl ko žmonės dažniausiai nerimauja bei patiria stresą. B. Stahl ir E. Goldstein (2010) teigia, jog dažniausiai žmogus gali patirti nerimą arba įtampą galvodamas apie ateitį. Žmogus nuolat savęs klausia apie tai kas jis toks, kokia yra pagrindinė jo gyvenimo prasmė. Taip pat žmogus susiduria su nesuskaičiuojamu baimių kiekiu kiekvieną dieną dėl tam tikrų fobijų, nesuspėjamų atlikti darbų ar pasaulį krečiančių problemų.

Pasak R. D. Siegel (2017) žmogus gali patirti emocines kančias skirtingais pavidalais ir jų dydžiais. Dažniausiai žmogus jaučia nuolatinę baimę dėl ateities, liūdi dėl nesėkmių ir jaučia kitus įvairius, laimės neteikiančius jausmus. Taip pat R. D. Siegel (2017) teigia, kad daugumą žmogaus psichologinių kančių sukelia pastangos jų išvengti. Dažniausiai žmogaus sunkumus lemia tie patys dalykai, kuriais – sąmoningai ar nesąmoningai – žmogus siekia pabėgti nuo skausmo. Autorius mano, kad žmogus vengdamas, neigia bei slopina nemalonius pojūčius, siekia jų išvengti bei kaip nors kitaip jų atsikratyti. Autorius taip pat teigia, kad tokios žmogaus kančios kartais būna beveik ne pastebimos, o kartais apima tokios didžiulės baimės jog atrodo nebėra jėgų gyventi (Siegel, 2017).

B. Stahl, E. Goldsteib (2010) ir R. D. Siegel (2017) dėl žmogaus patiriamo nerimo ir streso išskiria labai panašias priežastis. Visi autoriai sutaria, jog pagrindinė priežastis, dėl ko žmogus gali jaustis blogai, tai nerimas dėl ateities nežinomybės. Kiti nemalonūs emociniai jausmai gali būti patiriami dėl įvairiausių kasdienių slegiančių problemų ar grėsmių pasauliniu mastu. Siegel taip pat išskiria ir tai, kad žmogaus

psichologines kančias kelia perdėtas mėginimas jų išvengti. Šie jausmai gali būti labai menki arba tokie dideli, jog sunku toliau gyventi.

Daugelis autorių, dalykams kurie sukelia žmonėms nervinę įtampą bei stresą, siūlo pradėti naudoti sąmoningumo (*mindfulness*) praktikas savo kasdienybėje. R. D. Siegel (2017) teigia, kad būtent *mindfulness* gali padėti žmogui suprasti kaip veikia jo psichika, ypač kai ji kuria kančias, yra lengviau suprasti kaip tas kančias galima pamažinti. Autorius taip pat mini, jog mokslininkai net gi atrado būdą, kad sąmoningumo lygį galima patikimai išmatuoti paprašius žmogaus panagrinėti kasdienio ne sąmoningumo akimirkas.

R. D. Siegel (2017) išskiria tris sąmoningumo lavinimo būdus:

1) Neformali sąmoningumo praktika – šiuo būdu praktikuodamas sąmoningumą, žmogus sau nuolat primena būtinybę kreipti dėmesį į tai, kas vyksta tą akimirką. (sąmoningai pastebimas maisto skonis, kvapas, medžiai, debesys).
2) Formali meditacija – skirtingai nuo neformalios meditacijos, kurios metu žmogus gali užsiimti ir kitais darbais, formali meditacija reikalauja jai paskirti atskirą laiką. Šiai meditacijai vykdyti yra pasirenkamas dėmesio objektas, pavyzdžiui kvėpavimo, garso ar skausmo stebėjimas, mintims imant nukrypti reikia vėl susikaupti ir grįžti prie stebimo dalyko. Išsiugdžius dėmesingumą, vėliau mintys pradedamos kreipti į tai kas vyksta žmogaus sąmonėje.
3) Pasitraukimas į vienumą – tai lyg „atostogos“ skirtos vien sąmoningumui ugdyti. Medituojant vienumoje aiškiai pamatoma, kaip žmogaus psichika prikuria kančių, nors žmogus yra aplinkoje, kurioje visi jo poreikiai patenkinami.

Padėti žmonėms susidoroti su stresu bei kitais nemaloniais potyriais yra sukurta dėmesingu įsisąmoninimu grįsta streso mažinimo programa. I. Vasionytė ir M. Dovydaitienė (2015) teigia, kad dėmesingu įsisąmoninimu grįsta streso mažinimo programa, tai programa trunkanti aštuonias savaites, kurios metu dalyviai yra mokomi meditacijos technikų, padedančių lavinti dėmesingą įsisąmoninimą: gebėjimą nevertinant stebėti savo kūno pojūčius, jausmus ir mintis, kylančius dabartiniu momentu. Taip pat I. Vasionytė ir M. Dovydaitienė (2015) pabrėžia, kad ši programa dar 1970 metais buvo sukurta Masačiusetso universiteto mikrobiologo, meditacijos mokytojo Jon Kabat-Zinn.

Išvados

1. Literatūros analizė atskleidė, kad žmogus gali išsiugdyti dvejopus įpročius. Vieni įpročiai – dėl kurių kyla emociniai sunkumai, kiti, kad padėtų nuo jų išsivaduoti.
2. *Mindfulness* praktikos žmogui padeda išmokti suvaldyti patiriamą stresą bei kitus nemalonius jausmus jų nevengiant.

3. Būtent *mindfulness* moko žmogų būti dabartyje, nes žmonės dažniausiai patiria stresą dėl to, kas laukia ateityje.

Literatūros sąrašas

1. Goldstein, E.; Calistoga, P. (2014). Mindfulness Made Simple: An Introduction to Finding Calm Through Mindfulness & Meditation. Berkeley, California: Calistoga Press. Prieiga per internetą: http://web.a.ebscohost.com.db.kaunokolegija.lt/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMTAzODYxN19fQU41?sid=587eac95-c3ce-4d57-ba1a-72a2a86f7d10@sessionmgr4010&vid=2&format=EK&rid=1; (Žiūrėta 2017-05-06).
2. Hanley, A. W.; Abell, N.; Osborn, D. S.; Roehring, A. D.; Canto, A. I. (2016). Mind the gaps: are conclusions about mindfulness entirely conclusive? *Journal of Counseling & developmen*, 94 (1), p. 103-113.
3. McCown, D.; Micozzi, M. S. (2012). New world mindfulness: from the founding fathers, emerson, and thoreau to your personal practice. Rochester, Vermont, Toronto, Canada: Healing arts press.
4. Siegel, R. D. (2017). Sąmoningumo ugdymas mindfulness. Vilnius: Sofoklis.
5. Stahl, B.; Goldstein, E. (2010). A mindfulness-based stress reduction workbook. *Oakland, CA: NewHarbinger Publications.* (Žiūrėta 2017-05-04). Prieiga per internetą: http://web.a.ebscohost.com.db.kaunokolegija.lt/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fNDE5OTUzX19BTg2?sid=fc5ef5e2-ed80-472a-824d-8095560fa2fb@sessionmgr4007&vid=5&format=EB&rid=1
6. Vasionytė, I.; Dovydaitienė, M. (2015). Dėmesingu įsisąmoninimu grįstos streso mažinimo programos dalyvių subjektyvus efektyvumo vertinimas. *Biologinė Psichiatrija Ir Psichofarmakologija*, 17 (1), p. 28-33.
7. Žalytė, G.; Juškienė, A.; Neverauskas, J. (2015). Sukaupto dėmesio ir įsisąmonimo skalė. *Biologinė Psichiatrija Ir Psichofarmakologija*, 17(1), p. 34-35. (Žiūrėta 2017-05-06) Prieiga per internetą: http://biological-psychiatry.eu/wp-content/uploads/2015/07/BPP_2015_17_1_Instrumentuote1.pdf
8. Wolf, C.; Serpa, J. G. (2015). A Clinician's Guide to Teaching Mindfulness : The Comprehensive Session-by-Session Program for Mental Health Professionals and Health Care Providers. Oakland, California: New Harbinger Publications. (Žiūrėta 2015-05-06). Prieiga per internetą: http://web.a.ebscohost.com.db.kaunokolegija.lt/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fOTk0MTM4X19BTg2?sid=fc5ef5e2-ed80-472a-824d-8095560fa2fb@sessionmgr4007&vid=3&format=EB&rid=1.

INFORMACINIŲ TECHNOLOGIJŲ STRATEGIJOS FORMAVIMO NAUDA

Ūsas Antanas, Jasinskas Edmundas

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Straipsnyje nagrinėjama informacinių technologijų strategijos formavimo nauda. Pateikiama strategijos samprata, apžvelgiamos strategijos sąsajos su informacinėmis technologijomis. Pateikiamos informaciniu technologijų strategijos naudos organizacijai. Tam naudojamos mokslinės literatūros analizės metodas.

Raktiniai žodžiai: informacinės technologijos, strategijos formavimas, organizacija

Įvadas

Aktualumas. Šiandieninėje ekonomikoje organizacijos valdymas, neišsivaizduojamas be strategijos ir strateginio valdymo. H. Mintzbergas (2010) strategiją išskyrė, kaip modelį sprendimų sraute, kuris nuves organizacija į aukštumas arba į bankrotą. Dažniausiai įmonės veikia nusistačiusios tam tikro laikotarpio strategijas, kurių pagalba siekia gauti maksimalų pelną išleidžiant minimalius kaštus. Sėkmingai strategijai suformuoti būtina atsižvelgti į skirtingų pažiūrų esamus darbo metodus (Gudonavičius ir Savanevičienė, 2008). Dvidešimtajame amžiuje vienu svarbiausiu darbo metodu tapo informacinių technologijų sistemos ir prietaisai. Darbą organizacijose vargiai įvaizduojame be elektorinio pašto, interneto, kompiuterio ar išmaniojo telefono. Techcrunch (2010) teigimu IT skatina verslą, mažina įmonių laiko ir finansines sąnaudas, tiesiogiai prisideda prie elektorinės prekybos .

A. Heiko at all. (2015) teigimu IT technologijų plėtra didės, tai sąlygos naujos informacinių technologijų sistemos, bei jų pritaikomumas kasdieniams vartotojams. Svarbu kreipti didelį dėmesį į šios technologijų krypties plėtros galimybes Lietuvoje. Šiuo metu tokios informacinių technologijų įmonės, kaip „Google“ „Apple“ ar „Facebook“ ne tik sugeneruoja dideles pajamas, bet ir kuria didelę pridėtinę vertę sau ir aplinkiniams. Vieno populiariausių technologijos naujienų ir analizių žurnalų „TechCrunch“ 2015 metais pateiktoje statistikoje galima pastebėti, elektorinės prekybos mastai kiekvienais metais auga apie 5-10 proc.

Darbo objektas - informacinių technologijų strategijos formavimosi nauda.

Darbo tikslas - identifikuoti informacinių technologijų strategijos formavimo naudą.

Uždaviniai:

1. Apsibrėžti strategijos sampratą
2. Apžvelgti strategijos sąsajas su informacinėmis technologijomis
3. Pateikti informacinių technologijų strategijos naudas organizacijai.

*Metodai***:** mokslinės literatūros analizė, lyginamoji analizė.

Strategijos samprata

Pirmasis Strategijos reikšmę akademinėje bendruomenėje apibrėžė A. D. Chadler (1962), jis tai padarė 1962 metais. Jo teigimu strategija apibrėžia tris pagrindinius elementus: organizacijos veiklos sritį, ją atitinkančius tikslus (ilgalaikius ir trumpalaikius) ir tikslams pasiekti reikalingus išteklius ir veiklos būdus. Van der Laan ir kt. (2015) strategiją apibūdina, kaip organizacijos krytį, kurios siekiama naudojant žmogiškuosius išteklius kurių tikslai sutampa su organizacijos tikslais, veiksmų planas kuriame yra

pamatuota rizika, ateities perspektyvos ir galimybės. Besikeičiantys organizacijų tikslai, kintanti rinka privertė pasikeisti ir pačios strategijos samprata.

1 lentelė. *Strategijos samprata (sudaryta autorių)*

Autorius	Apibrėžimas
A.D Chadler, 1962	Strategija apibrėžia tris pagrindinius elementus: organizacijos veiklos sritį, ją atitinkančius tikslus (ilgalaikius ir trumpalaikius) ir tikslams pasiekti reikalingus išteklius ir veiklos būdus
K.R. Andrews , 1969	Strategija tai organizacijos tikslai, planai, naudojamos politikos kryptis, tikslams pasiekti, apibrėžta pozicija, kokia veikla užsiima organizacija.
Hofer ir Schendel, 1978	Strategija - taisyklės, kuriomis vadovaujamasi priimant sprendimus, atsižvelgiant į 4 komponentus: produktus ir rinkas/ pasikeitimus/ konkurencija ir išskirtinumą/ sinergija.
H. Mintzberg , 1987	Strategija – apibrėžia, kaip penkių P reiškinį: planas/ modelis/pozicija / gudrybė/ perspektyva, bet kuris iš penkių P gali būti pagrindinis.
R. Jucevičius, 1998	Strategija- tikslinga ir apgalvota organizacijos elgsena tam tikroje erdvėje, veikianti pagal iš anksto nusistatytas taisykles.
Burke, ir Jarratt, 2004	Strategija –nusistatytos reikiamos ir svarbiausios taisyklės, su iš anksto apgalvota rizika ir tikslais kurių pagalba norima pasiekti vidinę ekonominę, socialinę ir techninę gerovę.
Ronda-Pupo, G. A ir Guerras-Martin, L. Á. 2012.	Strategija – analizės sprendimai ir veiksmai organizacijoje norint sukurti ir vysti organizacijos konkurencinį pranašumą.

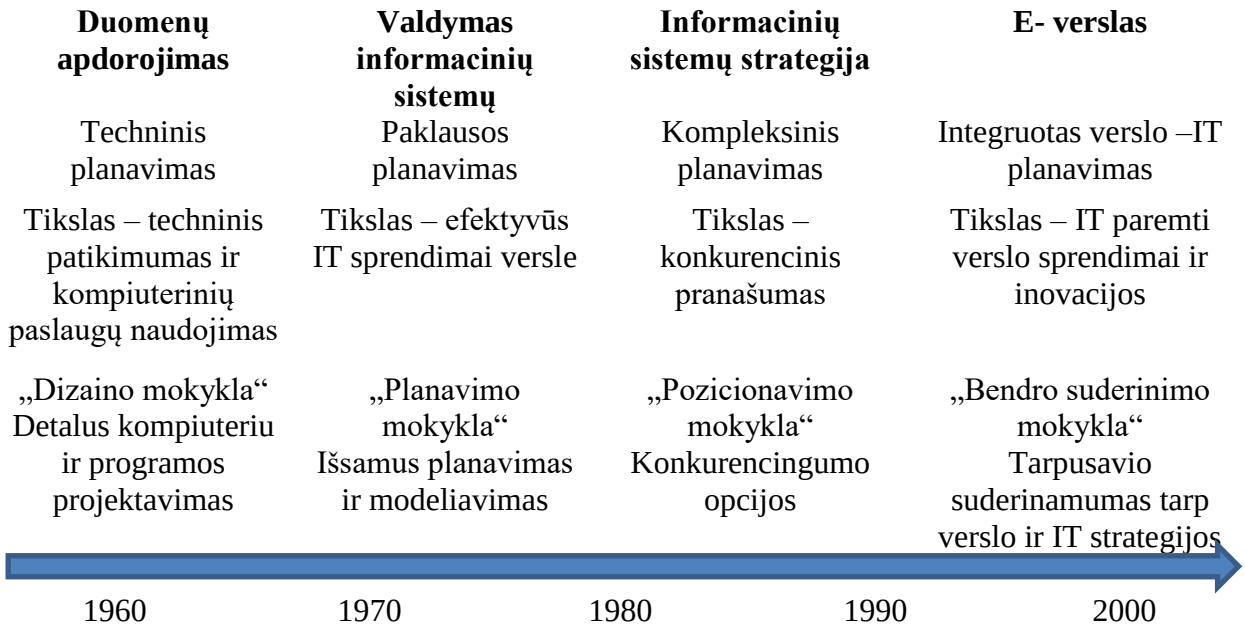
Keičiantis metams kito ir strategijos apibrėžimas , tačiau pagrindinė funkcija išliko ta pati – užtikrinti gaires ir nuorodas į norimus tikslus. Pati strategija yra lanksti ir prisitaikanti prie organizacijos tipo norų ir tikslų.

Strategijos formulavimo ar tam tikros strategijos pasirinkimo tikslas yra didesnės negu konkurentų vertės sukūrimas. Tai galima padaryti renkantis plačia rinką ir kuriant produktus skirtus masiniam naudojimui arba pasirinkus specifine rinką ir gaminti vieną produktą arba detalę pagal specializaciją (Buckley 2015). Organizacija, norėdama sėkmingai pasiekti savo išsikeltų tikslų, turi laikyti savosios strategijos . Tuo pačiu metu organizacija taip pat turi prisitaikyti prie esamos ekonominės ir politinės aplinkos. Neretai strategija dėl išorės poveikio būna pamirštama ir ignoruojama.

Strategijos supratimas skirtingose valstybėse buvo ne vienodas. Tokį iš pažiūros globalaus reiškinio paplitimą ir nagrinėjimą akademinėje bendruomenėje stabdė Šaltasis karas. Visų pirmą ideologiniai nesutarimai tarp JAV ir Sovietų sąjungos. Kuomet vakarų valstybėse autoriai ir mokslininkai (Chandler 1962, Adrews 1969, Hofer 1978, Mintzberg 1987) kūrė ir tobulino strategiją akademiniame ir visuomeniniame lygmenyje, rytų valstybėse (Sovietų sąjungos teritorijoje) apie tai nebuvo viešai kalbama. Komunistų valdomose valstybėse buvo rengiami penkmečio planai kuriuos koordinavo valstybė. Galima teigti tai jog politinių ideologijų skirtumai padarė žalą strategijos, kaip visuotinės koncepcijos vystymuisi.

Strategijos sąsajos su informacinėmis technologijomis

Informacinių technologijų strategija yra reikšmingas objektas verslo praktikoje kuris į organizacijos darbotvarkes yra įtraukiamas daugiau negu 20 metų (Luftman and Ben-Zvi 2011). Pasak R. A. Teubner (2013) daugumoje didesnių firmų ir organizacijų galima rasti ir informacinę strategiją (IS), ir tolesnius jos plėtros planus. Organizacijoje yra įtraukiama nauja pareigybė pavadinimu „IT strategijos vadovas“ ar „strateginio IT valdymo direktorius“.



1 pav. *Akademines diskusijos vystymasis dėl strateginio informacinių sistemų planavimo (Teubner, 2013)*

R. A. Teubner (2013) 1 pav. išskiria chronologinę seką, kaip formavosi akademinis ir verslo supratimas apie informacinių sistemų svarbą organizacijoje. Per daugiau negu 40 metų, planavimo modelis, tikslas, mokykla ir mokymas nuolat kito ir tobulėjo. Autorius pabrėžia tobulėjimo ir supratimo spartą ir išskiria informacinę strategiją vienu iš pagrindinių įrankių naudojamų versle.

Informacinių technologijų – sistemų strategija savo turiniu ir tikslais siejasi su pagrindine organizacijos strategija. R. A. Teubner (2013) išskiria šios strategijos sąsajas su verslo strategija:

1. IS strategija yra savarankiška, išskiriama iš verslo strategijos arba su ja tapatinama.
2. IS strategija yra praktiškai panaudojama formuojant pagrindinę verslo strategiją ar jos dalį.
3. IS strategija yra pavaldi pagrindinei verslo strategijai, ji yra tarsi pagrindinės strategijos patesimas orientuotas į IT funkcijas.
4. IS strategija turi savo nuostatus, yra orientuota į pagrindinę verslo strategiją.

R. A. Teubner (2013) naudodamasis kitų autorių tyrimais ir duomenimis išskyrė sąrašą pavyzdžių kur organizacijose yra panaudojama informacinė strategija:

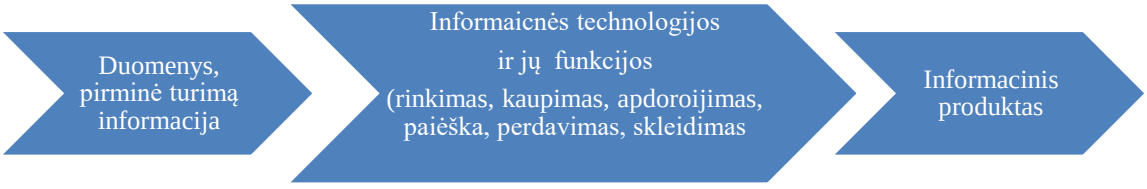
1. Resursų skirstyme (biudžetas skirtas IT)
2. Informacijos gavimo, apdorojimo veikloje.

3. Kompiuterizacijos ir programavimo srityje.
4. Derantis su partneriais, dėl informacinių technologijų įsigijimo.
5. Organizacijos tikslų siekimo procese.
6. Darbotvarkės, finansiniuose, personalo, infrastruktūros, organizaciniuose ir edukaciniuose planuose.
7. Alternatyviose strategijose, SWOT analizėje.
8. Projektinėje veikloje, tikimybių skaičiavime.
9. Žmogiškųjų išteklių planavimo procese.
10. Kontroliavimo mechanizmuose grįžtamojo ryšio gavimui.

Galima pastebėti, tai jog su šia strategija susiduriama, visuose organizacijos lygmeniuose. Dažniausiai organizacijos neturi tokios strategijos, tačiau informacines ir komunikacines priemones naudoja, visos be išimties. Ši strategija padeda efektyviau išnaudoti turimus išteklius, efektyviau planuoti ir organizuoti verslo veiklą. J. M. Ward (2012) teigimu, tik dabar akademinė ir verslo bendruomenė pradeda suprasti IS strategijos privalumus.

Informacinių technologijų strategijos teikiamos naudos

Žodžio „technologija: vartojimas, kilęs iš graikų kalbos – „technė“ reiškia amatus ir meną, o „logos“ žodį ir sąvoką. Dabartinės informacinės technologijos suvokiamos, kaip priemonių ir būtų visuma informacijai sisteminti ir apdoroti. Technologijų pagalba gauname norimą tam tikrą informacinį produktą. Informacinis produktas anot enciklopedinio kompiuterijos žodyno yra intelektinis produktas (idėjos, žinios, tekstai, programinė įranga). V. Dagiene (2009) informacines technologijas apibrėžė, kaip priemonių visumą informacijai apdoroti.



2 pav. *Informacinio produkto gavimo procesas. (Sudaryta autoriaus remiantis enciklopediniu kompiuterijos žodynu, Dagiene 2009)*

Informacinės technologijos tai įranga ir taisykles, kuriomis vadovaujantis informacija gaunama, saugoma apdorojama ir perduodama. Dažniausia informacijos apdorojimo priemonė kompiuteris, dažniausiai kalbant apie IT galvoja turima kompiuteris, tačiau kitos priemonės, planšetės, išmanieji mobilieji telefonai taip pat sugeba atlikti kompiuterio funkcijas. Dabartinės technologijos leidžia lengviau

gauti informacinį produktą, o tai užtikrina platų įvairių idėjų, žinių ir programų plitimą visose srityse ne išimtis ir verslas.

2 lentelė. *IT teikiama nauda. (Sudaryta autorių remiantis Wanger ir Weitzel 2006, Davenport, 2013)*

Autorius	IT teikiama nauda
Davenport, 2013	šiandieninės organizacijos turi vis daugiau patirties ir išradingumo naudojantis informacinėmis technologijomis, jų pagalba kuriamos inovacijos, strategijos ir jų pagalba užtikrinamas efektyvesnis resursų panaudojimas.
Chan, Huff, Barclay and Copeland, 1997; Sabherwal and Chan, 2001; Tallon et al., 2000	Naudojimas IT kaip strategijos dalies paspartina pagrindinės strategijos įgyvendinimą. (Dauguma autorių tyrimų parodė pozityve IT ir IS (informacinių sistemų) įtaką.
Grand, 1996	IT diegimas inicijuojamas kasdienės informacijos gavimo, perdavimo ir apdorojimo tikslais siekiant efektyviau išnaudoti turimą informaciją.
Batenburg, and Constantiou, (2009)	Organizacijos skyrusios daugiau išlaidų IT tampa patrauklesnės investuotojams.

Wanger ir Weitzel (2006) teigimu, buvo atlikta daug studijų kurių metu tiriamas teorinis ir techninis IT ir verslo suderinamumas ir daugumoje studijų atskleistas stiprus teigimas (tiriamasis) poveikis. (Bassellier and Benbasat, 2004; Bharadwaj, 2000; Mata, Fuerst and Barney, 1995) Makstučio (2007) teigimu dabartinėje ekonomikoje vis labiau vertinami nematerialūs ištekliai, kuo daugiau patirties, įgūdžių turi darbuotojas tuo labiau keliama organizacijos vertė.

Apibendrinant galima teigti jog IT teikia akivaizdžią naudą strategijos formavime būnant, kaip sudėtinė strategijos dalis. Produktų teikiama nauda pasireiškia per dalinamasi informacija ir informacijos produktais bei nuolatine mokymosi galimybe. Strategijos ir IT priemonių turėjimas negarantuoja organizacijos sėkmės, būtinas efektyvus ir produktyvus organizacijos strateginis valdymas.

Išvados

1 Strategijos samprata ir reikšmė įvairioms organizacijoms kito priklausomai nuo laikmečio ir esamos politinės, ekonominės padėties. 1962 metais strategijos apibrėžime buvo akcentuojami trys pagrindiniai dalykai: organizacijos veiklos sritis, veiklos sritį atitinkantys tikslai, tikslams pasiekti reikalingi ištekliai ir veiklos būdai. 2012 metais strategija jau orientuota į sprendimus ir veiksmus organizacijos aplinkoje siekiant sukurti konkurencinį pranašumą.2015 metais strategijos tikslas padaryti organizaciją išskirtine ir kuo geriau pritaikyta tenkinti klientų norus.

2 Strategija ir informacinės technologijos papildo viena kitą. Strategija leidžia tinkamai ir efektyviai išnaudoti informacinių technologijų sistemas ir prietaisus gaunant didžiausią naudą ir patiriant mažiausius kaštus. Informacinės technologijos yra svarbi strategijos sudėtinė dalis, leidžianti per produktų pritaikomumą pasiekti strategijoje numatytų tikslų.

3 Informacinių technologijų strategijos nauda pasireiškia per uždirbamas pajamas, tikslingas ir nuoseklus strategijos laikymasis leidžia užtikrinti efektyvų tikslų įgyvendinimą. Darbuotojai yra vertingesni ir laimingesni nuolat besimokydami ir gaudami naujas žinias, kurių srautą užtikriną IT priemonės. IT strategijos įgyvendinimas leidžia efektyviau išnaudoti turimus informacinių technologijų išteklius, jų pagalba geriau suprantami ir efektyviau sprendžiami vartotojų poreikiai.

Literatūros sąrašas

1. Batenburg, R., & Constantiou, I. D. (2009). A European study of e-business maturity and ICT-benefits: Is there a conditional relationship?. In *ECIS*, p. 2555-2566.
2. Buckley, P. J., & Ghauri, P. N. (Eds.). (2015). *International Business Strategy: Theory and Practice*. Routledge.
3. Chandler, A. D. (1962). Strategy and structure: Chapters in the history of the American enterprise. *Massachusetts Institute of Technology Cambridg.*
4. Daft, R. (2015). *Organization theory and design*. Cengage learning.
5. Dagiene, V. (2008). The bebras contest on informatics and computer literacy–students' drive to science education. In *Joint Open and Working IFIP Conf. Kuala Lumpur*, p. 214-223.
6. Davenport, T. H. (2013). *Process innovation: reengineering work through information technology*. Harvard Business Press..
7. Davenport, T. H. (2013). *Process innovation: reengineering work through information technology*. Harvard Business Press
8. Galbraith, J. R. (2012). The future of organization design. *Journal of Organization Design*, 1 (1).
9. Gudonavičius, L.; Savanevičienė, A. (2008). Vidinės ir išorinės aplinkos įtaka priimant strateginius. *Ekonomika ir vadyba.* p. 362-367
10. Heiko, A.; Bañuls, V. A.; Turoff, M.; Skulimowski, A. M., & Gordon, T. J. (2015). Foresight support systems: The future role of ICT for foresight. *Technological Forecasting and Social Change*, 97, p. 1-6.
11. Lietuvos statistikos departamentas. (2015). Informacinės technologijos Lietuvoje 2015. Prieiga per internet: https://ivpk.lrv.lt/lt/naujienos/informacines-technologijos-lietuvoje-2015
12. Luftman, J., & Ben-Zvi, T. (2011). Key issues for IT executives 2011: cautious optimism in uncertain economic times. *MIS Quarterly Executive*, 10 (4), p. 203-212.
13. Mintzberg, H. (2010). Managing on three planes. *Leader to Leader*, 57, p. 29-33.
14. Ronda-Pupo, G. A., & Guerras-Martin, L. Á. (2012). Dynamics of the evolution of the strategy concept 1962–2008: a co-word analysis. *Strategic Management Journal*, 33 (2), p. 162-188.
15. Ronda-Pupo, G. A., & Guerras-Martin, L. Á. (2012). Dynamics of the evolution of the strategy concept 1962–2008: a co-word analysis. *Strategic Management Journal*, 33 (2), p. 162-188.
16. Techcrunch. (2010). *Forrester Forecast: Online Retail Sales Will Grow To $250 Billion By 2014*. Prieiga per internetą: http://techcrunch.com/2010/03/08/forrester-forecast-online-retail-sales-will-grow-to-250-billion-by-2014/.
17. Teubner, R. A. (2013). Information systems strategy. *Business & Information Systems Engineering*, 5 (4), p. 243-257.

18. Van der Laan, L., & Yap, J. (2015). *Foresight & Strategy in the Asia Pacific Region: Practice and Theory to Build Enterprises of the Future*. Springer.
19. Ward, J. M. (2012). Information systems strategy: Quo vadis?. *The Journal of Strategic Information Systems*, 21 (2), p. 165-171

УНИВЕРСИТЕТ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Васюк Юлия

Мелитопольскоий государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого, Мелитополь, Украина

Аннотация. Идея университета как культурно-образовательной и научно-исследовательской институции общества объединяла всех своих создателей духовно и пропагандировала специфическое научное содружество в течение восьми столетий своего развития. Основной миссией классического университета во времена его раннего становления было обучение молодых поколений достижениям культуры, развитие интеллекта и духовности личности как основная цель университетского образования (Зубрицька, 2002, с. 8). Обновленная Д. Ньюменом двести лет назад, она отобразила представления об учебном заведении, которое накапливает, сохраняет и передает универсальное либеральное (неутилитарное) знание, обеспечивает личность жизненными ориентирами, определенным мировоззрением, и уже позже – профессией.

Ключевые слова: университет, образовательная среда, качество

Введение

Идею Университета длительное время вынашивали духовные лидеры украинского народа Петр Могила, князь Константин Острожский, гетманы Петр Сагайдачный и Иван Мазепа, деятели духовного и светского просвещения Павел Скоропадский, Федор Прокопович, митрополиты Андрей Шептицкий и Иван Огиенко; они заложили «определяющие принципы университетской жизни: а) органическое единство процессов преподавания и исследования – тезис о распространении знания через обучение и его углубления через исследования; б) независимость от различных форм внешнего давления – тезис о том, что Университет не признает в своей среде никаких авторитетов и уважает только истину в ее бесконечных формах, или, иными словами, принцип автономности его управления» (Зубрицька, 2002, с. 8).

На смену идеи классического университета немецкий просветитель К. Гумбольдт в девятнадцатом веке для обеспечения прагматических целей индустриального общества сформулировал постулаты так называемого неоклассического университета. В основу такого

видения Университета положена концепция «знаний-науки», в рамках которой универсальное знание сужалось до знания научного, существенно ограничивая его объемы.

Структурные компоненты образовательной среды в университете

Особенностью развития отечественного образования в XX в. стал его отраслевой характер, что проявилось в создании профессионализированных отделов образования при различных министерствах и подчинении им узкоспециализированных вузов (институтов, университетов, академий) – педагогических, медицинских, строительных, металлургических, сельскохозяйственных и др. Такая особенность развития отечественного варианта идеи Университета отражается в начале третьего тысячелетия чрезвычайно остро на фоне развертывания мировых глобализационных процессов, зарождения новой парадигмы высшего образования как высококачественного образования для всех, лавинообразного роста объемов разнородной информации, распространения коммуникационных технологий и т. д. (Бех, 2005, с. 10), что приводит к обновленному обоснованию его миссии как своеобразного информационного и социокультурного звена образовательной среды. Университет как институциональная система, его информационно-коммуникационная инфраструктура в условиях перехода от индустриального к информационному обществу претерпевает значительные изменения. При реформировании современного высшего образования в свете лучших европейских и мировых образцов на первый план выходит задача интегрирования информационных и телекоммуникационных технологий в образовательный процесс как среду формирования компетентных специалистов нового поколения, способствующую самоопределению каждой личности в социокультурном пространстве страны и мира.

Сейчас ведущие университеты считают своей миссией, наряду с задачами быть универсальными центрами культуры, науки и образования, формирование прогрессивной, демократической, гуманистической социально-политической позиции молодежи, воспитание гармонично развитой личности, патриота украинского государства и гражданина мира и осуществление подготовки высококвалифицированных конкурентоспособных специалистов для решения комплекса проблем развития в первую очередь национальной, а затем и мировой экономики. Реализация новой миссии в обществе под силу только такому университету, который трансформируется в соответствии с новыми условиями (Бех, 2005, с. 10),

Идея использования образовательной среды с целью воздействия на подрастающие поколения не является новой в философии образования. Дж. Дьюи, К. Ушинский, Н. Пирогов и другие ученые – философы и педагоги – считали необходимым учитывать и по возможности использовать среду в педагогическом процессе. Общеизвестный в философии и педагогической

науке считается факт, что среда является одним из четырех (наряду с наследственностью, воспитанием и деятельностью) общепризнанных факторов, влияющих на развитие и самоопределение личности (Бех, 2005; Лернер, 1988; Вовк и др. 2005; Ясвин, 2000) Специфика и преимущество образовательной среды содержатся в том, что ее влияние ощущается субъектами прцессов обучения и воспитания бессознательно, получая благодаря этому достаточно высокую мощность. Василий Сухомлинский в одном из своих известных советов учителю подчеркивал: «Почему ребенок не должен знать и чувствовать, что ее воспитывают? Потому что настоящее воспитание – это самовоспитание» (Сухомлинський, 1988, с. 138). Гений мировой педагогики видел мастерство каждого учителя в том, чтобы сделать свое влияние незувмисним, невидимым, несуществует, а это можно обеспечить только средствами динамической и целостной образовательного среды.

Анализ обширного комплекса источников по проблеме показал, что методологическими основами современных исследований теории среды стали: системный подход (состоит в изучении среды как сложного структурного образования, которое характеризируется многочисленными уровнями, сложными связями и отношениями между элементами, позволяет на социальном, организационно педагогическом и психолого-педагогическом уровнях обеспечивать личностное самоопределение); коммуникативно-диалогический подход (отражает социологическое понимание среды, содержащееся в установлении взаимодействия всех субъектов, находящихся в открытых и равноправных отношениях для достижения прогнозируемых конечных результатов); личностный подход (обуславливает определение природосоответствующих особенностей каждой личности, предоставление ей возможностей полного раскрытия способностей, их реализации с учетом зоны ближайшего развития и обеспечение действия факторов самоопределения).

Учитывая традиционные и модернизационные особенности образовательной среды университета, ученые конкретизируют структурные составляющие такой среды. На основе анализа источников констатируем значительную вариативность взглядов по вопросам определения составляющих образовательной среды, однако применительно к задачам данного исследования нам импонирует мнение В. Ясвина (2000) который выделяет структурными компонентами образовательной среды:

– социальный – распространяется на процесс обеспечения взаимопонимания между субъектами (педагогами, студентами, представителями администрации и др.), наличия у них положительного настроения, сплоченности и сознательности в действиях;

– пространственно-предметный – касается помещений для проведения занятий и организации работы вспомогательных служб, прилегающей к этим местам территории и тому подобное; направляется на обеспечение разнородности пространственных условий, целостности их

функциональных зон, гибкости (возможности оперативного изменения), управляемости, символической функции, индивидуальности и подлинности (соответственно жизненных проявлений);

– психодидактический – рассматривается в плоскости содержания и методов обучения, обусловливается психологическими целями построения образовательного процесса, обеспечивается соответствием между целеполаганием, содержательным и процессуальным наполнением, с одной стороны, и психологическими, физиологическими, возрастными особенностями развития студентов, обстоятельствами их самоопределенности – с другой.

В контексте указанного в первую очередь выделяем положение о том, что основными признаками образовательной системы университета в информационном обществе является создание нового знания; территориальная и временная независимость процессов приобретения знаний; структурное и содержательное обновление процессов самоопределения личности молодого человека средствами профессионального обучения и возможностями образовательной среды. Важным при этом становится широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий в процессы преподавания, обучения и самовоспитания, обеспечение привлекательности образования и его связи с миром профессиональной деятельности, владение научных работников и преподователей информационно-коммуникационными технологиями. Таким образом, современная модернизация университета как учебного заведения обусловлена необходимостью вхождения Украины в мировое информационное пространство, необходимостью создания единого образовательного информационного пространства – как универсальной образовательной среды, средства и места для накопления и гармонизации ресурсов, организации общения, сотрудничества, обучения, личностного самоопределения – как студентов, так преподавателей.

Главным показателем успешного использования ресурсов образовательной среды университета является их качество, создание удобного и открытого сервиса для совместной работы всех участников взаимодействия; другим важным вопросом в решении проблемы коллективного наполнения и использования образовательных ресурсов считаем создание соответствующей инфраструктуры. К электронной информационной среде современного университета относятся: электронные образовательные ресурсы; учебно-информационный портал (например, на базе платформы Moodle); электронный архив (репозитарий); электронные библиотеки; системы электронного документооборота; открытые онтологии (например, на базе Медиа Вики) открытые порталы для организации взаимодействия и т. п. И если создание качественной инфраструктуры, обеспечивающей потребности современного студента, как видим, требует определенных финансовых затрат, то вопрос повышения квалификации профессорско-преподавательского

состава можно решить на основе правильно спроектированной системы обучения и мотивации профессоров и доцентов.

Выводы

1. Таким образом, современный Университет рассматривается не только как учебное заведение, центр культуры и науки, исследований и развития духовности, но и как своеобразная образовательная среда самоопределения личности студентов и преподавателей, их ориентированности в потоках разнообразной информации.
2. Образовательная среда обеспечивает студентам как членам общества социальный и психодидактический комфорт, помогает им раскрыть свои задатки, способности и личностные потенциалы.

Список литературы

1. Бех, І. Д. (2005). Принципи сучасної освіти. *Педагогіка і психологіяб*, 4б, с. 5-27.
2. Ідея університету: Антологія. (2002). Упоряд.: М. Зубрицька, Н. Бабалик, З. Рибчинська; відп. ред. М. Зубрицька. - Львів: Літопис.
3. Лернер, И. Я. (1988). Процесс обучения и его закономерности, Киев.
4. Основи педагогіки вищої школи. (2005). Навчально-методичний комплекс для аспірантів і магістрів / Укладачі : Л. Вовк, О. Падалка, Р. Семернікова. Киев.
5. Сухомлинський, В. О. (1988). Сто порад учителеві . К. : Рад. шк.
6. Ясвин, В. А. (2000). Психолого-педагогическое проектирование образовательной среды. *Дополнительное образование*, 2, с. 16-22.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ВНЕШНЮЮ ТОРГОВЛЮ РОССИИ

Верещагина Юлия

Сочинский государственный университет, Сочи, Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние глобализации на экономику России на примере внешней торговли. Предметом исследования является внешнеторговый оборот России. Цель работы – выявить негативные аспекты, которые влияют на экономическую глобализацию. Анализ проводится на основе статистических и аналитических методов. В результате изучения подводятся итоги внешней торговли и определяются факторы, влияющие на нее. В ходе исследования было выявлено следующее: внешнеторговый оборот в России в 2016 году снижался, в начале года темпы снижения были рекордно высокими, но уже к концу года ситуация постепенно начала приходить в норму.

Ключевые слова: глобализация, внешняя торговля, внешнеторговый оборот, экспорт, импорт, страны.

Введение

Проблема. Одним из показателей развития мира является глобализация. В настоящее время глобализация сопровождается нестабильной политической и экономической ситуацией. Несмотря на убеждения правительства о том, что страна миновала кризис еще в 2015 году, по всем макроэкономическим показателем Россия не может похвастаться стабильностью в 2016 году.

Результаты исследования. Тому подтверждение падение объемов ВВП на 0,6%, товарооборота на 5,2%, реальные денежные доходы населения снизились на 5,9%, объемы строительства на 4,3%. Сейчас все показатели мировой экономики говорят не о развитии глобализации, а об ее отсутствии. Рассмотрим одну из движущих сил экономической глобализации России: международную торговлю в 2016 году. Внешнеторговый оборот в России в 2016 году сократился на 12,9% по сравнению с 2015 годом и составил 458,6 млрд. долларов (экспорт - 278,3 млрд. долларов, импорт - 180,2 млрд. долларов). (Рисунок 1) (Экспорт и импорт России по товарам и странам, 2017).

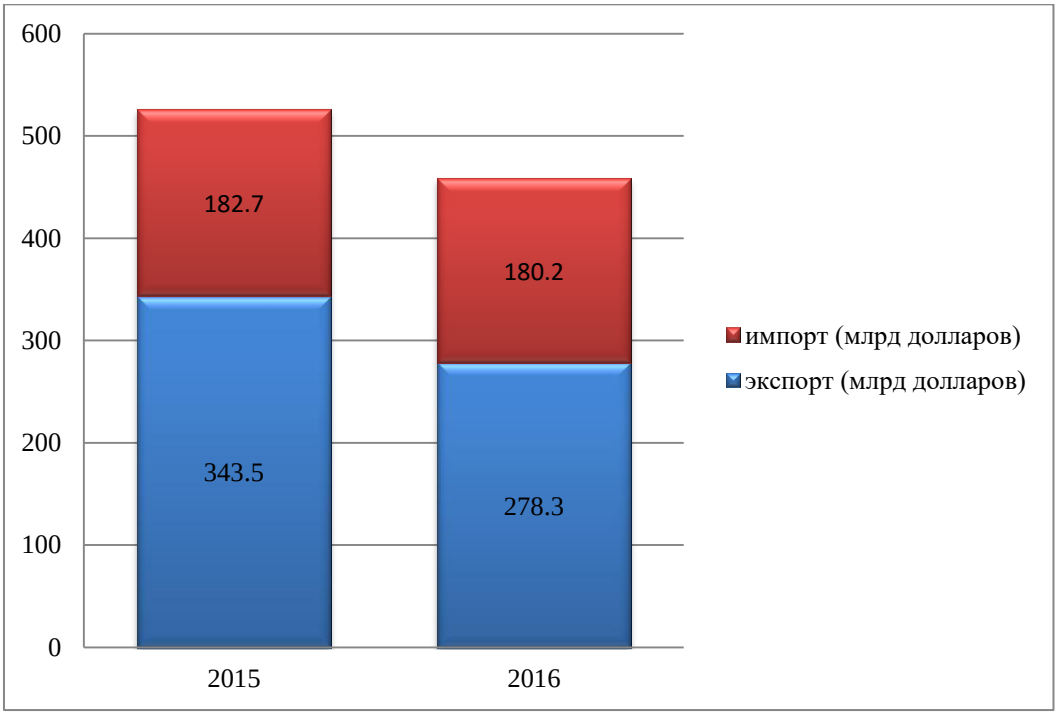


***Рис. 1**. Внешнеторговый товарооборот в 2015, 2016 году (млрд. долларов)*

На снижение внешнеторгового оборота повлияли такие факторы какдевальвация рубля, которая сопровождалась значительным падением цен на нефть в начале 2016 года. В январе спрос со стороны Китая сократился на нефть марки Brent, в связи с этим на рынке произошел избыток

предложения, и котировки на нефть оказались ниже 30 долларов за баррель (Мировые Финанс, 2017).

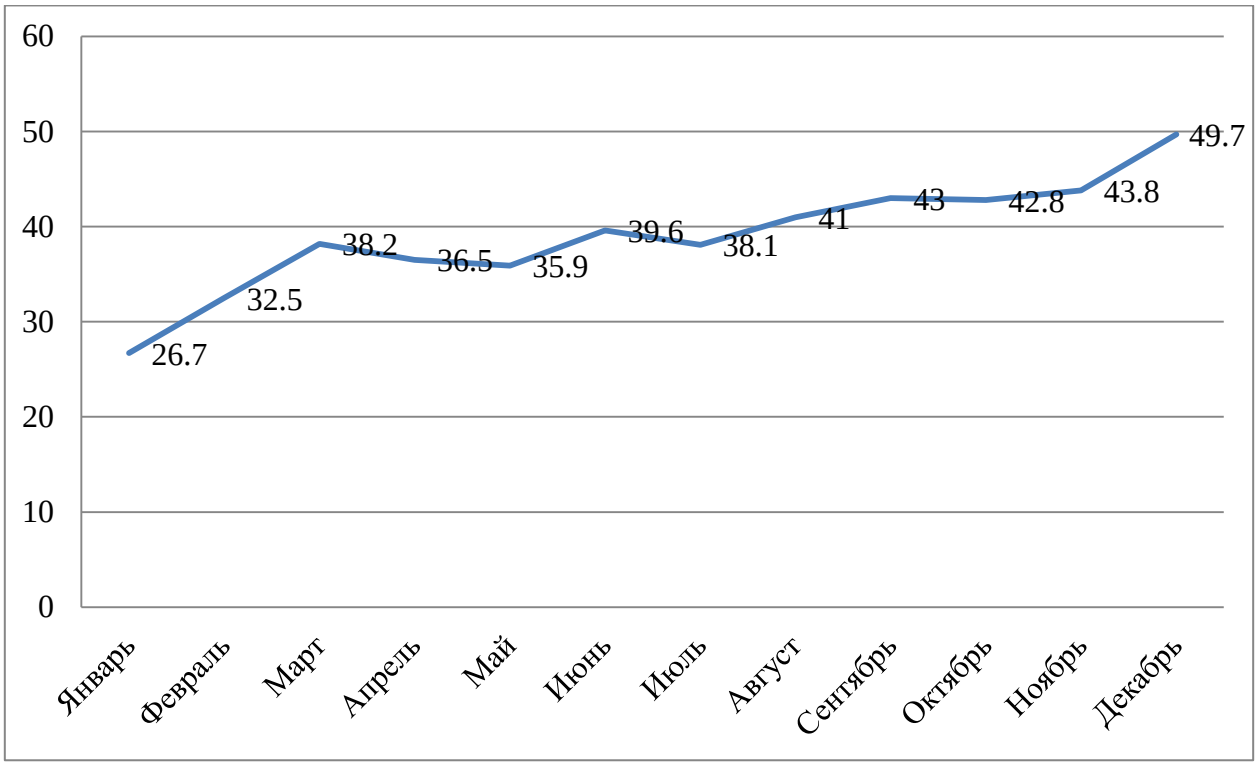
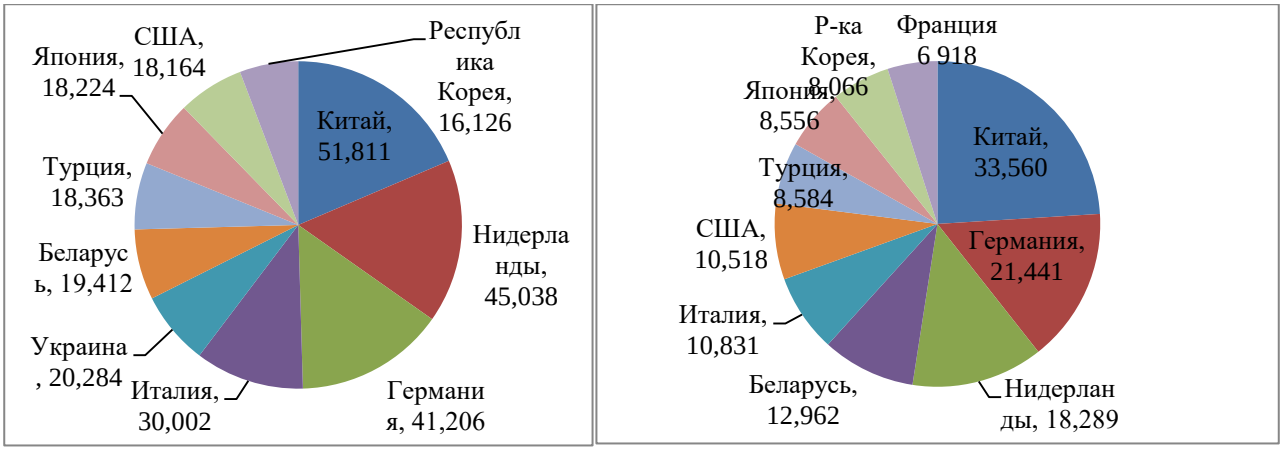


Рис. 2. *Динамика внешней торговли в 2016 году (млрд. долларов)*

При этом курс доллара к рублю резко взлетел до 78 рублей.В следствии объемы внешней торговли в январе оказались крайне низкими. Однако с февраля ситуация улучшилась, объемы торговли начали наращивать свои позиции, курс рубля восстанавливаться. По экономическим и политическим причинам крупнейшие страны – экспортеры нефти были вынуждены сократить добычу черного золота, в результате избыточное производство сократилось. К концу 2016 года внешнеторговый оборот значительно увеличился (Мировые Финансы, 2017).

Крупнейшим экономическим партнером России в 2016 г. стал Евросоюз. На долю ЕС пришлось 42,8% внешнего товарооборота РФ, на государства СНГ – 12.1% , на страны ЕАЭС – 8,3%, на державы АТЭС – 30,0%. Среди государств дальнего зарубежья у России в январе – июне 2016г. зафиксирован максимальный товарооборот с Китаем 33560 млн. долларов, он по-прежнему находится на первом месте, несмотря на сокращение товарооборота на 18251млн. долларов по сравнению с 2014 годом. В связи с сокращением товарооборота в Нидерланды на 26749 млн. долларов, в январе – июне 2016 году Германия вырвалась на второе место, товарооборот с ней составил 21441млн. долларов, с Нидерландами 18289 млн. долларов. Ведущим внешнеторговым партнером РФ из числа стран СНГ стала Беларусь – 12962 млрд. долларов (Федеральная служба государственной статистики , 2017).



Январь-июль 2014 (млн. долларов) Январь-июль 2016 (млн. долларов)

Рис. 3. *Топ-10 лидеров по внешней торговле с Россией*

На рисунке 3 мы видим стран – лидеров по внешней торговле с Россией. А Украина в 2016 году покинула десятку стран - лидеров по внешнеторговому обороту. В 2014 году она занимала пятую позицию в рейтинге. Сокращения внешнеторгового оборота более чем на треть произошло из - за взаимных санкций и торговых ограничений. Также падение вызвано прекращением поставок российского газа на территорию страны (Федеральная служба государственной статистики, 2017). Далее рассмотрим экспорт товаров в 2015 – 2016 году:

Таблица 1. *Экспортируемые товары (млрд. долларов)*

	2015	**2016**	**Изм.**	**Доля**
Минеральные продукты	177.4	134.9	-24%	48.5%
Скрытый раздел	56.2	41.9	-26%	15%
Металлы и изделия из них	32.9	29.5	-10%	10.6%
Продукция химической промышленности	18	13.7	-24%	4.9%
Машины, оборудование и аппаратура	12.2	10.4	-14%	3.7%
Драгоценности	7.89	8.87	12%	3.2%
Продукты растительногго происхождения	6.94	7.05	2%	2.5%
Древесина и изделия из нее	6.32	6.48	3%	2.3%
Пластмассы, каучук и резина	4.83	4.64	-4%	1.7%
Пищевые продукты,напитки, табак	4.17	4.03	-3%	1.4%
Все остальное	16.7	16.8	0%	6%
Итого:	**343.5**	**278.3**	**19%**	**100%**

Источник: http://ru-stat.com

В товарной структуре экспорта ведущую роль по-прежнему занимают минеральные продукты (48%).Поставка идет в Нидерланды (18%), Китай (13%), Германию (6%). Однако по

сравнению с 2015 годом их доля сократилась на 4%. Также мы наблюдаем сокращение других товаров в стоимостной форме:

- металлы и изделия из них сократились на 3,4 млрд. долларов. Поставки в Турцию (12%), Нидерланды (11%), США (10%);

- продукция химической промышленности на 4,3 млрд. долларов. Поставки в Украину (11%), Бразилию (9%), Китай (7%);

- машины, оборудование и аппаратура на 1,8 млрд. долларов. Поставки в Китай (13%), Казахстан (12%), Беларусь (9%).

Экспорт в стоимостном выражении на продукты растительного происхождения, древесину и изделия из нее, пластмассу, резину остался практически на том же уровне (Федеральная таможенная службаб 2017). Тем не менее, экспорт продуктов растительного происхождения увеличился на 110 млн. долларов. Уже весной 2016 года Россия вышла на первое место по поставкам пшеницы в мире, опередив Канаду и США. Также выросли объемы экспорта драгоценностей, мяса, молока, масла сыров и творога. Этому способствовала государственная поддержка крупных компаний в целях увеличения производства и стимулирования экспорта. Главным фактором сокращения показателей экспорта стали снижение цен на нефть и газ. На рисунке 4 мы также прослеживаем отрицательную динамику экспорта с основными странами партнерами. Экспорт в Нидерланды сократился на 11,2 млрд. долларов, в Китай на 1,2 млрд. долларов, в Германию на 5,8 млрд. долларов, в Италию на 10,7 млрд. долларов, в Японию на 5,13 млрд. долларов.

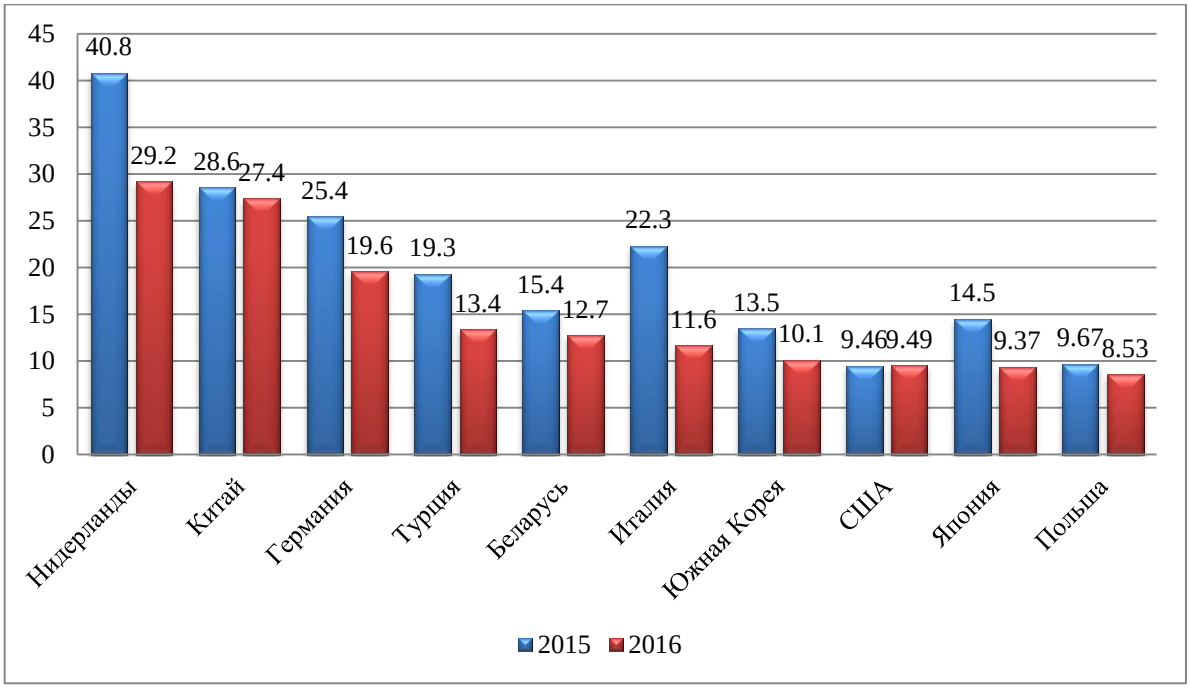


***Рис. 4**. Страны-покупатели (млрд. долларов)*

В 2016 году наибольшее количество товара в стоимостном выражении Россия поставляет в Нидерланды в сумме 40,8 млрд. долларов. Также Главными странами – покупателями являются: Китай, Германия, Турция и Беларусь.

По итогам года импорт тоже снизился. В стоимостном выражении он составил 180,2 млрд долларов, что меньше, чем за прошлый год на 1%. Наиболее провальным для него стали январь и февраль, когда он сократился на 18,7% и 16,7% соответственно.

Таблица 2. *Импортируемые товары (млрд. долларов)*

	2015	**2016**	**Изм.**	**Доля**
Машины, оборудование и аппаратура	55.3	56.5	2%	31.4%
Продукция химической промышленности	23.6	23.2	-2%	12.9%
Транспорт	17	17.8	4%	9.9%
Металлы и изделия из них	11.7	11.1	-5%	6.2%
Пластмассы, каучук и резина	10.4	10.2	-2%	5.6%
Продукты растительного происхождения	9.96	9.16	-8%	5.1%
Пищевые продукты, напитки, табак	8.73	8.35	-4%	4.6%
Текстиль	8.31	8.3	0%	4.6%
Скрытый раздел	4.86	6.76	39%	3.8%
Продукты животного происхождения	6.83	5.66	-17%	3.1%
Все остальные	26.1	23.1	-11%	12.8%
Итого:	**182.7**	**180.2**	**-1%**	**100%**

Источник: http://ru-stat.com

В товарной структуре импорта наибольшую долю занимают машины оборудование и аппаратура 31%. Основные поставки из Китая (36%), Германии (11%), Италии (5%). Поставки транспорта из Японии (19%), Германии (16%), Южной Кореи (8%) в товарной стоимости составляют 17,8 млрд. долларов. Металл и изделия из него из из Китая (23%), Германии (11%), Украины (10%) в сумме 11,1 млрд. долларов. Сократились объемы ввоза продовольствия.

Кроме того, падение общих объемов импорта стало результатом действия различных запретов, которые в изобилии вводились в 2016 году. Помимо действовавшего продовольственного эмбарго, которое привело к рекордному снижению поставок продовольствия из стран Европы и США, с 1 января 2016 года Россия ввела запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции из Турции – томатов, мандаринов, баклажанов и других фруктов и овощей. Под запрет при этом попадало почти 60% всего продовольственного экспорта Турции в Россию. Частично осенью он

был снят, однако всё же успел заметно повлиять на объемы поставок (Федеральная таможенная служба , 2017)

Российские ведомства вводили и другие нетарифные меры. Так, например, осенью под запретом оказалась плодоовощная продукция из Египта, в которой Россельхознадзор выявил массу нарушений. В июле начал действовать запрет на ввоз кормов из Украины, с октября были введены временные ограничения на поставки свинины из Молдавии, а с ноября в список санкционных продуктов добавили пищевую соль (Мировые Финансы, 2017).

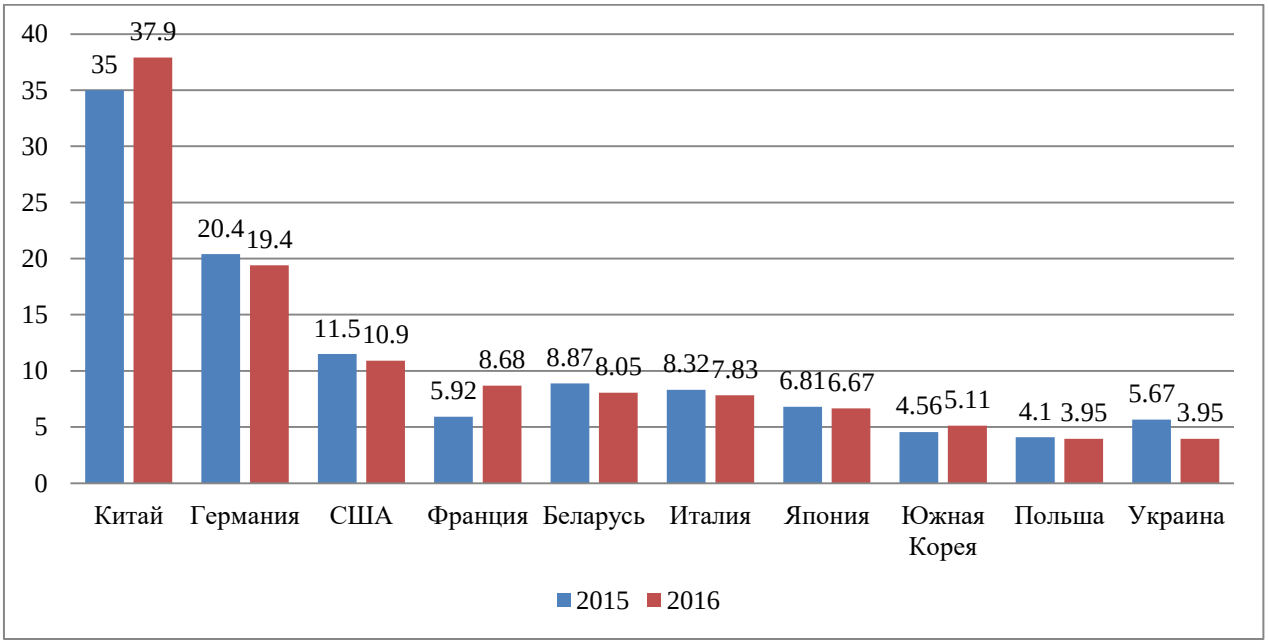


Рис. 5. *Страны – продавцы (млрд. долларов)*

Анализируя данные видно, лидирующую позицию занимает Китай, в 2016 году объем импорта из Китая увеличился на 2,9 млрд. долларов. Также увеличился импорт из Франции на 2,76 млрд. долларов и Южной Кореи на 550 млн. долларов.

Выводы

1. Рассмотрев один из главнейших показателей глобализации – международную торговлю, изучив структуру экспортно-импортных операций, динамику объемов товарооборота России со странами-партнерами, можно говорить о том, что в условиях, введенных против России экономических санкций со стороны США, ЕС, стран-сателлитов запада, нашей стране сложно найти для себя место в процессе глобализации.
2. Прошедший 2016 год стал одним из самых неудачных с точки зрения внешней торговли. Объемы экспорта и импорта в стоимостном выражении упали на 65,3 млрд. долларов и 2,6 млрд. долларов соответственно.

3. Негативное влияние оказывают такие факторы как: девальвация рубля, подешевевшего за последние годы по отношению к доллару почти в два раза; - снижение цен на нефть, в январе 2016 года котировки на нефть ниже 30 долларов за баррель; - снижение реальных доходов населения на 5,9%; -действующее продовольственное эмбарго.

Список литературы

1. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности" от 08.12.2003 N 164-ФЗ (последняя редакция).
2. Министерство финансов Российской Федерации – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://info.minfin.ru/page_import.php (Дата просмотра 10.04. 17).
3. Мировые Финансы – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://global-finances.ru (Дата просмотра: 10.04.17).
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.gks.ru/ (Дата просмотра: 28.03.17).
5. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.customs.ru (Дата просмотра 26.03.17).
6. Экспорт и импорт России по товарам и странам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://ru-stat.com (Дата просмотра 26.03.17).

VISUOMENĖS SVEIKATOS SPECIALISTO, KAIP LAISVALAIKIO VEIKLOS ORGANIZATORIAUS, KOMPTENCIJOS

Vetrenkienė Vilma

Vytauto Didžiojo universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Laisvalaikis vadinamas individualus laikotarpis, reguliuojamas be išorinio spaudimo. Jis susidaro iš pramogų, turinio, laimės potyrio, poreikio patenkinimo ir kt. Kuriant sveiką gyvenseną, reikia dalintis gerąją patirtimi, parodant modelius, kurie neutralizuotų netinkamo laisvalaikio poveikį ir kurios skatintų sveikus ir tvarius laisvalaikio įpročius. Visuomenės sveikatos specialistai, organizuojantys laisvalaikio praleidimo būdus, skatina gerinti ne tik savo sveikatą, bet ir gyvenimo kokybę. Tokių specialistų, kurie būtų atsakingi už tokius socialinius procesus kaip laisvalaikis, stygius labai jaučiamas Lietuvoje. Todėl visuomenės sveikatos specialistai, galėtų papildyti laisvalaikio veiklos organizatorių gretas. Tam reikalingos tam tikros kompetencijos: kultūrinė, socialinė ir kt.

Tikslas – išanalizuoti visuomenės sveikatos specialisto, kaip laisvalaikio veiklos organizatoriaus kompetencijas.

Uždaviniai: apibūdinti visuomenės sveikatos specialisto veiklos funkcijas; pateikti laisvalaikio praleidimo būdus; išskirti visuomenės sveikatos specialisto kompetencijas, reikalingas organizuojant laisvalaikio veiklas.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė.

Išvados: Tam, kad laisvalaikio veiklos stiprintų sveikatos priežiūrą ir ligų prevenciją, reikia gerinti ir sustiprinti visuomenės sveikatos funkcijas ir gebėjimus, investuoti į visuomenės sveikatos institucijas. Laisvalaikio praleidimo būdai yra

labai įvairūs. Tačiau organizuojant laisvalaikį reikia tam tikrų VSPS kompetencijų: komunikatoriaus, vadybininko, sveikatos propaguotojo. Jos būtinos užtikrinant aktyvaus ir sveikatą gerinančio laisvalaikio organizavimui.

Raktiniai žodžiai: visuomenės sveikata, visuomenės sveikatos specialistas, laisvalaikis, laisvalaikio organizavimas.

Įvadas

Laisvalaikis vadinamas individualus laikotarpis, reguliuojamas be išorinio spaudimo. Jis susidaro iš pramogų, turinio, laimės potyrio, poreikio patenkinimo ir kt. Naudojant šį laiką teisingai ir efektyviai, jis turi daug teigiamų pokyčių žmonėms (Cetinkaya, 2017). Kuriant sveiką gyvenseną tarp jaunimo, reikia dalintis gerąją patirtimi, parodant modelius, kurie neutralizuotų netinkamo laisvalaikio poveikį jaunimui ir kurios skatintų sveikus ir tvarius laisvalaikio įpročius (Poza-Vilches, 2017). Teigiama, kad laisvalaikį siejant su fizine veikla, tai prisideda prie bendros sveikatos būklės gerinimo. (Cetinkaya, 2017). Kiekvienam žmogui, siekiančiam teigiamų pokyčių savo gyvenime, vienas iš reikšmingiausių veiksnių yra racionaliai organizuotas laisvalaikis. Visuomenės sveikatos specialistai, organizuojantys laisvalaikio praleidimo būdus, skatina gerinti ne tik savo sveikatą, bet ir gyvenimo kokybę. Tokių specialistų, kurie būtų atsakingi už tokius socialinius procesus kaip laisvalaikis, stygius labai jaučiamas Lietuvoje. Todėl visuomenės sveikatos specialistai, galėtų papildyti laisvalaikio veiklos organizatorių gretas. Tam reikalingos tam tikros kompetencijos: kultūrinė, socialinė ir kt. (Gerikaitė, 2014).

Apie laisvalaikio situaciją aktualizuojant socialinių darbuotojų, kaip laisvalaikio organizatorių, vaidmenį socialinėje sistemoje, tyrinėjo J. R. Šinkūnienė (2005). Lisauskienė ir kt. (2016) tyrinėjo rekreacinės veiklos organizavimo ypatumus dirbant su jaunais žmonėmis, atskleidė socialinio darbo ir rekreacinės veiklos sąsajas. G. Gerikaitė ir kt. (2014) analizavo laisvalaikio užimtumo sampratą ir organizavimo aspektus sveikatos priežiūros institucijose, pabrėžiant užimtumo organizavimo problemas skirtingoms tikslinėms klientų grupėms. Apie laisvalaikio poveikį jaunimo sveikatos skatinimui ir tvarių laisvalaikio įpročių formavimui Ispanijoje tyrė M. F. Poza-Vilches ir kt. (2017). G. Cetinkaya ir kt. (2017) tyrime nustatė laisvalaikio pasitenkinimo balus dalyvaujant lauko veiklose. Tyrimu atskleidė poilsio organizavimo veiklos ir visuomenės sveikatos santykį. Tačiau tyrimų, susijusių su visuomenės sveikatos specialistų, kaip laisvalaikio organizatorių, tyrimų Lietuvoje nėra.

Tikslas – išanalizuoti visuomenės sveikatos specialisto, kaip laisvalaikio veiklos organizatoriaus kompetencijas.

Uždaviniai:

- apibūdinti visuomenės sveikatos specialisto veiklos funkcijas;
- pateikti laisvalaikio praleidimo būdus;
- išskirti visuomenės sveikatos specialisto kompetencijas, reikalingas organizuojant laisvalaikio veiklas.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė.

Visuomenės sveikatos specialisto funkcijos

Šiandieniniame globaliame pasaulyje tradicinė sveikatos priežiūros paradigma, kur biomedicinoje akcentuojamos ligomis grįstos, epizodiškos intervencijos, kai staiga prireikia pagalbos, vis labiau neatitinka poreikių (Lee ir kt., 2011). Daugelio diskusijų objektas yra visuomenės sveikatos (*public health*) koncepcija. Dažniausiai vartojamas Pasaulio sveikatos organizacijos priimtas dar 1951 m. C. E. Winslow pasiūlytas visuomenės sveikatos apibrėžimas: „Visuomenės sveikata – tai mokslas ir menas organizuotomis visuomenės pastangomis išvengti ligų, pailginti gyvenimą bei sustiprinti fizinę ir dvasinę sveikatą, rūpinantis aplinkos sauga, kontroliuojant užkrečiamas ligas, mokant individualios higienos, organizuojant medicinos bei slaugos tarnybas, anksti diagnozuojant ir gydant ligas, plečiant, tobulinant socialines tarnybas, garantuojančias, kad kiekvieno individo gyvenimo standartai sudarytų jam galimybes stiprinti sveikatą, taigi suteiktų teisę į sveikatą ir ilgą gyvenimą“ (Kalėdienė, Petrauskienė ir kt., 1999). Pasaulinės sveikatos organizacija (PSO) savo naujoje Europos Sąjungos politikos strategijoje „Sveikata 2020“ įsipareigoja rūpintis pirmine sveikatos priežiūra, kuri XXI a. yra kertinis visos sveikatos priežiūros sistemos akmuo. Šios permainos reikalauja pokyčių sveikatos sistemos ir visuomenės sveikatos srityse: lankstesnių, keletą kvalifikacijų turinčių ir komandoje gebančių dirbti darbuotojų (Jakab, Tsouros, 2013). Kintant asmens visuomenės poreikiams, susijusiems su sveikatos priežiūra, jos paslaugų teikėjams keliami nauji reikalavimai, o tai yra iššūkis visai sveikatos priežiūros, taip pat ir visuomenės sveikatos priežiūros specialistams (toliau VSP specialistai). Rezultatams gerinti reikia gerokai sustiprinti visuomenės sveikatos funkcijas ir gebėjimus, investuoti į visuomenės sveikatos institucijas, stiprinti sveikatos priežiūrą ir ligų prevenciją. Pasak V. Šveikausko (2005) XXI a. akcentuojami esminiai sveikatos priežiūros sistemoje dirbančiųjų vaidmenys ir svarbiausios kompetencijos: ekspertas, komunikatorius, bendradarbis, vadybininkas, sveikatos propaguotojas, mokslo žmogus, profesionalas – daro įtaką edukacinių procesų rezultatyvumui.

Aktyvus dalyvavimas plėtojant pažangią politiką, sprendžiančią tokias problemas, remsis įvairių disciplinų paaiškinimais, metodais ir intervencijomis. Vietiniu ir pasauliniu lygmeniu politikos formuotojams bus reikalinga efektyvi komunikacija apie sveikatos rezultatų naudą ir kaštų efektyvumą (Hogan ir kt., 2011). Deja, teigiama, kad pasaulinės visuomenės sveikatos darbo jėga yra nepasiruošusi susidurti su globalizacijos iššūkiais.

Visuomenės sveikatos specialistai turi būti pasiruošę dirbti nepaisydami sienų, aukščiausiu lygiu bendrauti su politikos formuotojais ir įvertinti pagrindines prastos sveikatos priežastis tam, kad saugotų tiek nacionalinę, tiek pasaulinę sveikatą. Taigi visuomenės sveikatos specialistai, galėtų papildyti laisvalaikio veiklos organizatorių gretas, kurie užtikrintų geresnę sveikatą žmonėms.

Laisvalaikio praleidimo būdai

Laisvalaikis vadinamas individualus laikotarpis, reguliuojamas be išorinio spaudimo. Jis susidaro iš pramogų, turinio, laimės potyrio, poreikio patenkinimo ir kt. Naudojant šį laiką teisingai ir efektyviai, jis turi daug teigiamų pokyčių žmonėms (Cetinkaya ir kt., 2017). Adomaitienė (2000) laisvalaikį apibūdina, kaip laisvą nuo būtinų užsiėmimų laiką, skirtą asmeniniams poreikiams tenkinti, taip pat plėsti žinias, lavintis ir dvasiškai tobulėti. *Laisvalaikio praleidimo būdai* – kiekvieno individo asmeninė pasirinkimo teisė, kuria asmuo išreiškia savo valią, atskleidžia savo požiūrį į vertybių sistemą ir parodo bendrą vidinę kultūrą. Laisvalaikio racionalumo kriterijus – socialinė atsakomybė: kuo atsakingiau žmogus naudoja laisvalaikį, tuo kryptingiau jis bręsta kaip asmenybė. Todėl pagrindinis laisvalaikio uždavinys socialinėje sistemoje – užtikrinti tokią laiko leidimo kokybę, kad formuotųsi kuo įvairiapusiškesnė asmenybė, sugebanti integruotis į visuomenę. (Šinkūnienė, 2005).

Šiandien Lietuvoje laisvalaikio pramonė su diferencijuota rekreacijos, kultūrinių renginių ar turizmo pasiūla stipriai išaugusi, tačiau paklausą lemia šie veiksniai: nežinojimas, ką galima pasiūlyti veikti, iškreiptas požiūris į laisvalaikį, skurdi socialiai remtinų asmenų ar socialinių įstaigų ekonominė padėtis ir materialinė bazė, mažos subsidijos, skirtos rekreacinėms veikloms. Ribotos asmenų galimybės bendrauti, plėsti draugų būrį, išeiti iš globos įstaigų į visuomenę verčia rimčiau susirūpinti laisvalaikio kultūrinių pramogų organizavimu (Šinkūnienė, 2005).

Laisvalaikis gali būti aktyvios ir pasyvios formos. Aktyvios organizuoto laisvalaikio formos yra tos, kurias taikant visi dalyviai daugiau arba mažiau įtraukiami į veiklą. Veikla turi būti planuojama iš anksto, sudarant įstaigos laisvalaikio programas. Norint, kad ji būtų sėkminga, reikia vadovautis komandinio darbo principais, tačiau tam, kad laisvalaikis būtų prasmingas, atitiktų klientų poreikius ir galimybes, reikalingos žinios ir tam tikri įgūdžiai, padedantys parinkti ir pritaikyti įvairias laisvalaikio veiklas: užsiėmimų pagal pomėgius (būrelių) ar meninę veiklą, sportinius ar kitokius žaidimus, išvykas, pramogas ir šventes. (Šinkūnienė, 2005) Organizuojant pasyvų laisvalaikį – poilsį, reikia sukurti tokią atmosferą, kurioje to pageidaujantieji žmonės galėtų atsipalaiduoti, pabūti vienumoje, pažiūrėti televizorių ar paskaityti knygą, paklausyti muzikos ar išeiti pasivaikščioti. Estetiniai interesai kelia daug poreikių: išgyventi džiaugsmą, patirti grožį ir malonumą, poreikį būti pripažintam, įvertintam, norą pradžiuginti kitus.

Pagrindinis laisvalaikio uždavinys visuomenės sveikatos sistemoje – užtikrinti tokią laiko leidimo kokybę, kad formuotųsi kuo sveikesnė asmenybė. Organizuojant laisvalaikio veiklas reikia planuoti laiką, sudaryti konkretaus atvejo poveikio planą ir jo įgyvendinimo kontrolę bei poveikio vertinimą. VSPS laisvalaikio praleidimo specifiką lemia keletas veiksnių: statusas, amžius, individualūs poreikiai, pomėgiai, gebėjimai, vieta, finansinė situacija.

Visuomenės sveikatos specialisto kompetencijos

Siekiant įdiegti modernios visuomenės sveikatos priežiūros principus, ypatingai aktualus tampa šioje srityje dirbančių specialistų kvalifikacijos klausimas. Pasak V. Šveikausko (2005) XXI a. akcentuojami esminiai sveikatos priežiūros sistemoje dirbančiųjų vaidmenys ir svarbiausios kompetencijos: ekspertas, komunikatorius, bendradarbis, vadybininkas, sveikatos propaguotojas, mokslo žmogus, profesionalas. Šios kompetencijos daro įtaką edukacinių procesų rezultatyvumui. Todėl galima teikti, kad VSP specialistui reikalingos šios kompetencijos, kurios padėtų efektyviau planuoti laisvalaikį, kaip vieną iš sveikatos gerinimo priemonių.

Laisvalaikio ugdymas - tai raidos procesas, kurio metu individualiai ar grupė žmonių didina supratimą apie laisvalaikį ir santykius tarp laisvalaikio, gyvenimo būdo ir visuomenės. Norint gerai išugdyti VSPS, kaip laisvalaikio veiklos organizatorius, reikia plėtoti jų įgūdžius, žinias apie laisvalaikio pasiekimų patirtį (resursus), norą tyrinėti, požiūrius, vertybes, įvertinimą – teigiamą laisvalaikio supratimą bei didinti pasitikėjimą (Caldwell, 2016). Laisvalaikio ugdymo komponentai pateikti 1 pav.

1 pav. *Laisvalaikio ugdymo komponentai (Sudaryta autorės pagal Caldwell, 2016)*

Pateikti komponentai sudaro tikslus, kurie gali būti pasiekti klientų per laisvalaikio ugdymą. *Laisvalaikio įvertinimo* tikslas – įvertinti požiūrį į laisvalaikį ir padėti klientams išsiaiškinti, kad laisvalaikis bus naudingas. *Savimonės tikslas,* kad klientai išnagrinėtų savo laisvalaikį, gyvenimo būdą bei suvoktų laisvalaikio vertybes, modelius, elgesį, kliūtis. *Sprendimų priėmimo tikslas* – galimybė įsitraukti į sprendimų priėmimą įvairių socialinių grupių asmenis. *Apsisprendimo tikslas* – padėti klientams nustatant laisvalaikio pageidavimus ir juos pasiekiant. *Laisvalaikio veiklos įgūdžių* tikslas, kad asmenys turėtų daug veiklos ir įgūdžių užsiimti savo repertuaru. *Bendruomenės įgūdžių* tikslas, kad kuo daugiau asmenų dalyvautų bendruomenės gyvenime. Šis tikslas susijęs su transportavimo, tvarkymo finansais. *Socialiniai*

įgūdžių tikslas įveikti kai kuriuos trūkumus, modeliuojant atitinkamą elgesį, vaidmenis, žaidimus, suteikiant galimybes, stiprinant teigiamus įgūdžius. *Laisvalaikio išteklių* tikslas suteikti informaciją apie bendruomenės išteklius (vietą, programas, žmones), kurie patenkintų klientų interesus.

Laisvalaikio specialisto gebėjimų modelio (2 pav.) bendras tikslas, skirtas padėti žmonėms įgyti geriausias žinias ir įgūdžius, susijusius su laisvalaikiu. Modelis susideda iš keturių komponentų: *laisvalaikio supratimo* (žinių apie laisvalaikį, savęs pažinimo, laisvalaikio, sprendimo priėmimo įgūdžių), *socialinės sąveikos įgūdžių* (dvigubos, nedidelės ar didelės grupės), *laisvalaikio veiklos įgūdžių* (tradicinės ir netradicinės veiklos ir įgūdžiai), *laisvalaikio resursų* (veiklos galimybės, asmeniniai ištekliai, šeimos ir namų resursai, valstybiniai ir nacionaliniai ištekliai).

2 pav. *Laisvalaikio specialisto gebėjimų modelis (Sudaryta pagal Caldwell C.,2016)*

Laisvalaikio poreikius tenkinančiam specialistui reikalingos teorinės ir metodinės žinios, gebėjimas išsiaiškinti interesus ir poreikius skirtingose laisvalaikio veiklos srityse, mokėjimas įtraukti vaikus, jaunimą, neįgaliuosius, pagyvenusius ir kt. asmenis į veiklą, gerinančią jų sveikatą (Šinkūnienė, 2005). VSPS kyla kokybiško laisvalaikio, rekreacijos, užimtumo ir organizavimo problemų, stinga vadybinių, teorinių ir metodinių žinių, stokojama aktualių idėjų. VSPS, kaip laisvalaikio veiklos organizatoriui, būtina (Frenk ir kt., 2010):

- kitoks mokymo turinys, kuris remiasi pažinimo teorija ir apima tris mokymosi tipus: informatyvų, formuojantį ir transformuojantį.
- internetinės bibliotekos, kuriose būtų kaupiami „iliustratyvaus“ ir „representatyvaus“ mokymo atvejai, plėtojimas;
- esminių kompetencijų identifikavimas;

- atviros prieigos ištekliaus plėtojimas, kuriame būtų dalijamasi inovatyviomis visuomenės sveikatos mokymo prieigomis;
- tinklo, skleidžiančio pedagoginę kompetenciją ir inovacijas visuomenės sveikatos mokymo srityje, sukūrimas (įeina instruktoriaus vadovaujamas, savarankiškas, studentas-studentui, komandinis, susijęs su sritimi, mainų ir naudojant IKT mokymas).

Taip pat, tam, kad VSPS galėtų integruoti ir pritaikytų žinias organizuojant laisvalaikio veiklas, reikia:

- nuolat tobulinti profesinius ir asmeninius gabumus;
- būti kūrybišku, smalsiu, besidominčiu vykstančiais procesais;
- mokėti rasti ir sudominti veiklos idėja asmenis;
- gebėti pateikti, suderinti bei organizuoti skirtingų socialinių galimybių asmenų veiklą;
- panaudoti vadybinius sugebėjimus vystant sporto ir sveikatingumo veiklas.

Taigi, laisvalaikio poreikius tenkinančiam VSPS reikalingos kompetencijos: ekspertas, komunikatorius, vadybininkas, organizatorius, profesionalas. Šiam specialistui reikia nuolat tobulintis, domėtis, būti kūrybingu, mokėti sudominti ir kt.

Išvados

1. Galima teigti, kad pasitenkinimas laisvalaikiu skiriasi renkantis iš aktyvių ar pasyvių veiklų. Dalyvavimas aktyvioje veikloje sustiprina asmens sveikatą ir sukelia pasitenkinimo jausmą laisvalaikiu. Visuomenės sveikatos specialisto ir laisvalaikio sąsajas galima įvardinti kaip bendrą į žmogaus sveikatą orientuotą tikslą, veiklą, kuria siekiama sumažinti ligų buvimą. Visuomenės sveikatos specialistai, kaip laisvalaikio organizatoriai, per mažai išnaudojama sritis dirbant su jaunimu.
2. Tam, kad laisvalaikio veiklos stiprintų sveikatos priežiūrą ir ligų prevenciją, reikia gerinti ir sustiprinti visuomenės sveikatos funkcijas ir gebėjimus, investuoti į visuomenės sveikatos institucijas. Laisvalaikio praleidimo būdai yra labai įvairūs. Tačiau organizuojant laisvalaikį reikia tam tikrų VSPS kompetencijų: komunikatoriaus, vadybininko, sveikatos propaguotojo. Visuomenės sveikatos priežiūros specialistas turi suprasti laisvalaikį, turėti socialinės sąveikos bei laisvalaikio veiklų įgūdžių. Jos būtinos užtikrinant aktyvaus ir sveikatą gerinančio laisvalaikio organizavimui.

Literatūros sąrašas

1. Adomaitienė, K. (2000). Rekreacijos įvadas. Vilnius: PMRP koordinavimo centras.
2. Caldwell, C. (2016) Leisure Wellness and Education. HPR322, Chapter 14. Žiūrėta 2017 gegužės 10 d.: http://usmaquadro.weebly.com/uploads/5/5/0/1/5501922/hpr_322_chapter_14.pptx

3. Cetinkaya, G.; Nese Sahin, F.; Yariz, K. (2017). Leisure satisfaction level of active and passive participation in outdoor Recreation activities and its relationship with public health. *Acta Medica Mediterranea*, 33, p. 191-196.
4. Frenk, J.; Chen, L., Bhutta Za; Cohen, J.; Crisp, N. ir kt. (2010). Health professionals for a new century: transforming education to strengthen health systems in an interdependent world. *The Lancet,* 376 (9756), p. 1923–1958.
5. Gerikaitė, G.; Manukian, D.; Vaitiekienė, N. (2014). Laisvalaikio organizavimo specialistų poreikis socialinių paslaugų bei sveikatos priežiūros institucijose. *Profesinės studijos: teorija ir praktika*, 14, p. 140-147.
6. Hogan, H.; Haines, A. (2011). Global health: a positive addition to public health training? *Journal of Public Health*, 33 (2), p. 317–318.
7. Jakab, Z.; Tsouros, A. D. (2013). „Sveikata 2020“ – siekiame sveikatos ir vystymosi dabartinėje Europoje. *Visuomenės sveikata*, 4 (63), p. 5-12.
8. Kalėdienė, R.; Petrauskienė, J.; Rimpela, A. (1999). Šiuolaikinio visuomenės sveikatos mokslo teorija ir praktika. Kaunas: Šviesa, p. 21 – 29.
9. Lee, A. C. K..; Hall, J. A.; Mandeville, K. L. (2011). Global public health training in the UK: preparing for the future. *Journal of Public Health,* 33 (2), p. 310–316.
10. Poza-Vilches, M. F.; Pozo-Llorente, M. T.; Lopez-Alcarria, A.; Gutierrez-Perez, J. (2017). Healthy and sustainable youth leisure: Needs evaluation, strengths and challenges of professional practice seen from the Delphi Methodology. *7th International Conference on Intercultural Education "Education, Health and ICT for a Transcultural World*. *Social and Behavioral Sciences,* 237, p. 998-1004.
11. Šinkūnienė, J. R. (2005). Laisvalaikio studijos ir rekreacijos administravimas. *Socialinis darbas*, 4 (1), p. 122-130.
12. Šveikauskas, V. (2005). Sveikatos raštingumo ugdymo ypatybės. Visuomenės sveikata. *Medicina,* 41 (12), p. 1061-1066.

ACTUAL PROBLEMS OF RUSSIA'S INTEGRATION IN THE WORLD ECONOMY

Vidishcheva Evgeniya

Sochi State University, Sochi, Russia

Annotation. The most important features of the present are the growing interdependence of the economies of different countries, the development of integration processes at macro and micro levels, the intensive transition from classical countries to external markets. All this is due to the laws of the development of the world economy as a whole and, in particular, at the present stage. In the paper the main approaches and peculiarities of the economic integration of the countries into the world business community at the present stage of their development are considered. On the basis of the prognosis estimation of the long-term social-economic development of Russia by both national and international experts the peculiarities of integration of Russia are revealed with due regard of the present tendencies of its development.

Key words: world economy, globalization, economic development, gross domestic product, integration strategy.

Introduction

The concept of "integration" appeared in the 20s of the last century. Integration processes in the world took place continuously; they were manifested in ethnic, national or political spheres.

A powerful impact in the development of integration processes was given by capitalism: concentration and export of capital, the formation of monopolies contributed to their accelerated development, and from the second half of the 20th century integration has taken on a global character.

International economic integration is, first of all, direct international economic (production, scientific, technical, technological) ties, which in the course of their development ensure the gradual integration of national economies.

Many economists outline the following signs of economic integration of countries, which, in combination, differ from other forms of economic interaction:

- interpenetration and interweaving of national production processes;
- development of international specialization and cooperation in production, scientific and experimental development on the basis of the most progressive forms;
- structural changes in the economies of member countries, subject to strategic integration goals;
- regulation of the integration process by coordinating the economic strategy and policies of the participating countries.

The purpose of this article is to reveal the essence and goals of economic integration, to consider the process of Russia's effective integration into the world economy, its formation as an equal participant in the system of international economic relations. Within the framework of the set goal, the following tasks are formed: analysis of the modern system of the world economy; analysis of the position of Russia within the framework of the plan of integration into the world economy; identification of ways to accelerate and improve Russia's integration into the world economy.

The characteristic features of the economic integration of countries help determine the results and benefits of economic integration: expanding access to resources and new technologies; joint solution of social and economic problems, including the tasks of trade policy; increase of the level of economic development, of the integrating countries due to the receipt of foreign direct investment, reduction of transaction costs, etc (Buglay, 2004).

Materials and Methods

A lot of attention is paid to the problem of Russia in the world economy in modern scientific literature. Both positive and negative aspects are considered.

Number of Russian and foreign scientists have devoted their work to studying the essence of this process: P.R. Krugman (2012), E.F. Avdokushin (2001), V. Aksenov (2010), G. Lesnyakov (2012),

Khasbulatov R.I. (2006), Fedosov E.A. (2006) and many others, in which this problem is considered in detail.

The methods used for this research paper are analysis, synthesis, comparison, classification and grouping.

Study Area

It is advisable to assess the role and place of Russia in the world economic processes taking into account the strategic task described in the Concept of Long-Term Social and Economic Development of the Russian Federation, developed by the Ministry of Economic Development and Trade of the Russian Federation - Russia's restoration of the status of a world economic power. The Concept notes that the country has established a system of basic legal norms and other institutions that ensure the functioning of market relations between businesspersons (Medvedev, 2016).

Table 1. *Main indicators of Russia's economic development, in % 2015 to 2016*

Показатели	2015		2016	
	Oct.	Jan-Oct	Oct.	Jan-Oct
GDP	-3,6	-3,7	-0,5	-0,7
Consumer Price Index	0,7	11,2	0,4	4,5
Industrial production	-3,6	-3,3	0,3	0,3
Manufacturing Processes	-5,9	-5,3	0,5	-0,9
Production of agricultural product	7,0	2,7	0,1	2,9
Real disposable income	-6,8	-4,5	-0,7	-5,3
Real average wages	33357	33107	36200	35770
Volume of retail trade	-11,3	-9,2	-4,4	-5,3
Volume of paid services	-2,4	-1,8	-2,1	-0,7
Export, billion USD	27,0	287,3	26,5	226,0
Import, billion USD	46,8	53,6	47,7	40,5

The presented results largely correspond to the estimates of the Ministry of Economic Development and Trade of the Russian Federation, according to which the main characteristics of the world economy development in the next 10-15 years may be the spread of modern technologies in developing countries and the transformation of China and India into the main locomotives of world economic growth (45- 50% of world growth); the aging of the population in developed countries against the backdrop of rapid population growth in developing countries (according to UN estimates, the global population in 2020 will be 7.7 billion people, including 97% of population growth will occur at the expense of the least developed countries, at that time in Europe and Japan there will be a decline in the population); overcoming energy barriers to growth through improved energy efficiency and increased use of alternative energy sources; acceleration of innovations, enhancing of their influence on economic development (outpacing growth rates of R & D expenses in China and India will lead to their becoming one of the leaders of scientific and technical development in the world by 2020); increased growth

constraints associated with environmental factors, freshwater shortages and climate change (Krugman, 2012). According to the forecasts of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, the implementation of an innovative plan and an effective foreign economic strategy will lead to an increase in the share of Russia in the world economy from 2,6% of world GDP (at purchasing power parity) to 3% in 2015 and 3,4% in 2020 (table 2). The share of BRIC countries will rise from 26,5% of world GDP to 34,5% over the same period, mainly due to outstripping growth of the economies of China and India. The shift of economic activity to Asia will contribute to the formation of new forms of economic alliances and trade contradictions.

Table 2. *Change in Russia's position in the global economy (gross domestic product based on the share of purchasing power parity (PPP), %)*

Country	2015	2016	2020
World	100	100	100
USA	15,2	15,5	15,6
Eurozone	11,7	11,9	10,4
Japan	4,2	4,4	4,3
BRIC countries	25,2	26,5	34,5
Brazil	2,7	2,6	2,4
Russia	2,9	3,17	3,4
India	7,1	7,2	7,6
China	15,2	17,8	23,5

The powerful potential of the economic growth of the BRIC countries causes the growing interest of the world business community in expanding the sphere of economic activity in these countries: 71% of respondents stated their intention to organize business in at least one BRIC country in the next three years (Table 3) (Kuzyk end al. 2015).

The main motivation for investing in BRIC countries based on the survey results is to gain access to new consumers and service existing ones. But only for 12% of respondents Russia is of interest with the aim of access to highly skilled labor. Also like to note that Russia is also viewed as the least attractive country in terms of reducing costs.

Table 3. *The attractiveness of the BRIC countries for business organization*

Attractiveness for business	Brazil	Russia	India	China
Attractiveness for business organization	33%	27%	36%	55%
Significant market opportunities	46%	48%	64%	78%
Access to highly skilled workforce	11%	12%	35%	25%
Attractiveness in costs	20%	18%	38%	48%

In the context of the above-mentioned motives for expanding the sphere of economic activity in the BRIC countries, it is also of interest to choose the appropriate actions by the interested parties. In the first

place - the conclusion of alliances with partners (Russia - 53%), at the second - the opening of new offices (Russia - 48%). The development of unique products (Russia - 28%), outsourcing (Russia - 17%) and offshoring (13%) take the third, fourth and fifth places respectively (Samuelson end al., 2011). It seems significant that charity in the BRIC countries ranked last in the ranking with a significant gap from other forms of interaction.

Despite the fact that in the context of the survey they are mainly considered as objects of possible economic influence of other countries, the BRIC countries, while being a source of competitive advantages, represent a competitive threat. China and India are leading in the potential for the emergence of competitors. Russia is perceived as a source of possible competitive threats to 23% of respondents from Eastern Europe and Asia, 9% from OECD countries, 6% from Latin America and the Caribbean, 10% from the Middle East and Africa and 3% from APR representatives (International Monetary Fund, 2017).

Of considerable interest are the results of the "self-assessment" of the BRIC countries. Facts on Russia suggest that the most significant competitive advantage

The surveyed representatives of business in Russia consider the quality and productivity of the workforce (84%). Further, in order of decreasing importance of the proposed competitive advantages, the results look as follows: proximity to consumer markets (70%), political and institutional stability (62%), developed market economy mechanisms (54%), geopolitical stability in the region (44%), GDP Per capita (43%) and a free, honest and independent legal system (28%).

The received results testify that representatives of the world business community evaluate Russia as a potential competitive subject of international economic relations (http://www.gs.com/insight/research/reports/99.pdf).

However, Russia's weakly diversified economy does not allow to take full advantage of global competition, remains very prone to fluctuations in the world market of hydrocarbons and raw materials and global financial markets. The competitiveness of the modern economy is increasingly determined by the quality of human potential. Support of competitive positions of the country in the short run due to cheap labor leads to the degradation of human capital and the loss of competitiveness in the long run. In addition, in Russia, the main trend will remain a decline in the population as a whole, and, especially, the working-age population. By 2020, the population will decrease from 141.9 million people. (In 2015 this is 144.1 million people), with the most intensive decline in the working-age population (from 89.8 to 77.2 million people).

Negative trends in the demographic situation will create a threat of weakening Russia's political and economic influence in the world. The objective situation, when 2.5% of the world's population owns 14% of the land and about 50% of natural resources, is an increasingly growing irritant and source of a wide range of constant threats, and these risks can be artificially played out from the outside in a variety of

interests and goals. Thus, the expected demographic situation sets strict requirements for the future trends of Russia's economic and social development (http://2020strategy.ru).

Exhaustion of sources of export-raw type of development is based on intensive expansion of fuel and raw materials exports and production of goods for domestic consumption by increasing production capacity in conditions of undervalued exchange rate of the ruble. In addition, insufficient development of the production (transport and energy) infrastructure as a limitation of growth. Thus, according to the forecast of the International Energy Agency, the total consumption of primary energy resources for 2015-2020. Will increase by approximately 1,3 times, including two-thirds increase will have to developing countries (1/4 - to China).

The main risks for Russia are connected with the instability of the world energy markets. These risks are exacerbated if Russia is isolated in the development and adoption of international regulation rules on a multilateral basis for the energy sector.

A significant factor in increasing the degree of political and economic openness of countries can be considered the need to participate in the process of creating global or pure international public goods (IOB) and increasing the consumption of club or collective international goods (Fedosov, 2006). For example, international security, counteracting global warming, protecting the ozone layer from erosion and destruction can be attributed to global IOB's, accessible to all countries and peoples. As an important international public good in the context of globalization, international cooperation can be considered. The extent of the country's involvement in the production of this public good can indirectly be demonstrated by the "Globalization Index" integration at several levels: trade in goods and services, financial flows, personal contacts. The first three places in this ranking are held respectively in Singapore, Ireland and Switzerland (Kearney, 2003).

An analysis of the trends in the development of the world economic community makes it possible to draw a fairly valid conclusion that only a declaration of the values of equal partnership of countries with different levels of economic development (for example, the WTO principles set out in the Marrakesh Declaration) does not yet ensure their implementation in the real conditions of international interaction.

Fundamental principles of the country's constructive integration into the world economic space in the conditions of modern globalization processes should be openness as a willingness to interact and autonomy as an ability to defend national interests. For Russia, in this context, the necessary and sufficient condition for constructive integration is simultaneously to solve the tasks of catching up, and advancing development. In conditions of global competition and an open economy, it is impossible to catch up with the developed countries of the world in terms of prosperity and efficiency, without providing for a faster breakthrough development in those sectors of the Russian economy that determine its specialization in the world economy (Fedosov, 2006).

On the basis of the foregoing, it can be confidently asserted that Russia has all the necessary background to become one of the leading countries in the world division of labor. Russia's participation in integration associations is necessary. It is necessary to establish new ties, establish market relations taking into account mutual interests. To solve these problems, the Customs Union of the Republic of Belarus, the Republic of Kazakhstan, the Republic of Kirghizia, the Russian Federation and the Republic of Armenia was created. Later, the Syrian Arab Republic and the Republic of Tunisia announced their desire to join the Customs Union.

Modern society has a significant imbalance of the main components. The main disproportion of development is that there is not simultaneous democratization of society and economy. On the contrary, processes are developing in the opposite directions.

The Concept for the Development of Russia for the long-term period defines four strategic directions that require implementation in the period under review (Puzakova, 2001):

1. Ensuring the use of Russia's global competitive advantages in the energy, transport, and agrarian sectors.
2. The formation of a powerful scientific and technological complex that ensures the global specialization of Russia in high-tech markets.
3. Structural diversification of the economy on the basis of improving the competitiveness of the processing industry, high-tech industries and the "knowledge economy".
4. The development of democracy and ensuring the protection of individual rights and freedoms, the creation of economic and social conditions for the realization of the creative potential of man.

Conclusion

1. Economic content of integration is the unification of national economies in a single reproduction complex. This implies not only the elimination of interstate customs and other barriers, but also the cooperation of interested countries in achieving of ultimate goals of social and economic development. In this regard, one cannot say about the emergence of new tasks facing the state. In the regulation of foreign economic activity, the main tasks are: to increase knowledge-intensive products and competitiveness of domestic goods and services, to protect the domestic market from unfair competition from abroad, and to restrict the export of capital abroad.
2. In order to meet these challenges, it’s important to take measures in the sphere of foreign trade regulation, in particular, to facilitate Russian export goods promotion to foreign markets. First of all, government needs to create a system of incentives for exports of science-intensive products with high added value, by significant expanding of granting state guarantees practice for export

credits. Secondly, import tariffs for some goods should be reduced, including raw materials, components, which cannot be manufactured in Russia but at the same time play critical role for the production and competitiveness of domestic goods and services. Thirdly, it's necessary to introduce an effective protection system of the domestic market from unfair competition from abroad through non-denominational and countervailing duties, as well as non-tariff measures provided for by Russian legislation and WTO rules. In addition, great results can bring policy aimed at implementation of export settlements in rubles for such goods and services as oil, gas, industrial raw materials, transportation and telecommunication services.

3. To sum up, it's important to mention that the foreign trade policy of the Russian Federation and its regulatory framework is now at the stage of formation. This process is carrying out in difficult conditions of the market reform on its way to an open economy, the economic crisis and the disintegration of established economic ties. On the one hand, there is an erosion of national borders, the partial loss of state control over domestic economic processes with the natural requirement to delegate greater independence to economic entities and on the other, the more severe need to defend national interests, the elaboration of a well-thought-out policy of creating conditions for the long-term development of a competitive business.

References

1. Akopova, E.S. (2001). *World Economy and International Economic Relations*. Rostov N / D: Phoenix,.
2. Buglay, V. B. (2004). *International economic relations*. Moscow: Finance and Statistics, p. 134-138.
3. Global Economics Paper № 99: *Dreaming with BRICs: The Path to 2050.* Access mode: [Electronic resource]. URL: http://www.gs.com/insight/research/reports/99.pdf
4. International Monetary Fund. (2017). *Gross domestic product based on purchasing-power-parity (PPP) share of world total*. World Economic Outlook Database. Access mode: http://www.imf.org
5. Krugman, P. R. (2012). *International Economics: Theory and Practice.* Washington DC. Library of Congress Cataloging. Personhighered, p. 514-524.
6. Kuchins, A. C.; Beavin, A.; Bryndza, A. (2008). *Russia's 2020 Strategic Economic Goals and the role of international integration.* Washington DC. Center for strategic and international studies, p. 12.
7. Kuzyk, BN,; Yakovets, Yu. V. (2015). *2050: an innovative breakthrough strategy*. M.EconoMika, p. 65-71.
8. Kearney, A. T. (2003). *Foreign Policy Magazine Globalization Index.* A.T. Kearney. Access mode: http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116
9. Medvedev, D. A. (2016). *Socio-economic development of Russia: finding new dynamics.* Moscow: Russian Government. Access mode: http://government.ru
10. Samuelson, P. A.; Nordhaus, V. D. (2011). *Economy.* Moscow: Laboratory of Basic Knowledge, p. 751-752.
11. Site of expert groups for work on "Strategy 2020". *A report on the work of international experts on topical problems of the socio-economic strategy of Russia for the period until 2020 (2012)*. Access mode: http://2020strategy.ru
12. Puzakova, E. P. (2001). *World Economy*. Rostov N/ D: Phoenix.

13. Fedosov, E. A. (2006). *Innovative way of development as the main world trend.* Statement of the Russian Academy of Sciences №3.
14. Lesnikov, G. P. (2012). *International economic integration as an objective regularity of the development of the modern world economy* / Bulletin of the Moscow State Linguistic University, 8 (641).
15. Kudrov, V. M. (2009). *World economy.* Moscow: Justicinform.
16. Khasbulatov, R. I. (2006). *World Economy and International Economic Relations: at 2 pm* / ed. Member of corr. RAS, Doctor of Economics. M.: Gardariki.

ФОРМИРОВАНИЕ НООСФЕРНОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ЭКОНОМИКИ „ОБЩЕСТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА“ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА И ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Воронкова Валентина[1], Максименюк Марина[1], Никитенко Виталина[1], Пунченко Наталия[2]

[1]Запорожская государственная инженерная академия, Запорожье, Украина

[2]Одесская государственная академия технического регулирования и качества ,Одесса, Украина

Аннотация. Актуальность темы исследования заключается в том, что условия информационного общества глобализации формируют новый тип экономики ноосферного типа, построенной на интеллектуальной компоненте, которая требует нового мировоззрения и сознания. Интеллектуальная компонента в совокупности составляет «общественный интеллект», который накапливается интеллектуальной частью общества и составляет прорыв в развитии информационно-инновационного общества**. Центральной проблемой исследования** есть феномен экономики «общественного интеллекта», достаточно инновационной, представляющей суть «общества инноваций». **Проблема исследования** – социальный феномен экономики ноосферного типа, в основе которой развитие «общественного интеллекта». Строится гипотеза, что в основе экономики, которая формируется на интеллектуальной компоненте, развитие интеллекта как главного фактора развития информационного общества. В связи с этим выделяется главная проблема ноосферного развития общества, в основе которого главным фактором развития общества выступает интеллект как главная движущая сила общественного развития. В статье обосновывается, что гармонично организованное общество возникает тогда, когда стратегия развития Природы и стратегия развития человечества не противоречат друг друг, а совпадают. **Задача исследования –** проанализировать научные основы возникновения ноосферной экономики как экономики «общественного интеллекта» в условиях информационного общества и глобализации, в основе которой образование как главный фактор формирования интеллектуальной экономики. **Методологической основой научного** исследования является синергетический подход, в основе которого коэволюция развития природы и общества как главной тенденции развития человечества в направлении цивилизационного развития, которая формируется на основе понятийно-категориального аппарата бифуркация, аттрактор, эмерджентность, траектория развития, и способствует появлению синергии взаимодействия. **Делается вывод,** что коэволюция – это соразвитие взаимодействующих элементов единой системы, развивающей и сохраняющей свою целостность.

Ключевые слова: ноосферная экономика, экономика «общественного интеллекта», коэволюция, синергетический подход, ноосферное мироовоззрение

Ввведние

Актуальность темы исследования в том, что условия информационного общества глобализации формируют новый тип экономики ноосферного типа, построенной на интеллектуальной компоненте. Интеллектуальная компонента в совокупности составляет «общественный интеллект», который накапливается интеллектуальной частью общества и составляет прорыв в развитии информационно-инновационного общества. Ноосферная экономика как «экономика общественного интеллекта» есть образовательная экономика, в которой образование становится «базисом базиса» духовного и материального воспроизводства, восходящего воспроизводства качества человека, качества образовательных систем в обществе, качества общественного интеллекта. Ноосферная экономика – это экономика, опирающаяся на ноосферно-технологический базис, который приобщает субъекта к социокультурным феноменам данного социума. Ноосферная экономика как экономическая наука включает в свои законы специфические законы социально-экономического развития отдельных локальных цивилизаций и регионов, с учетом действия закона энергетической стоимости, специфических условий взаимодействия хозяйственно-природно-пользовательской системы с региональными особенностями проявления гомеостатических механизмов Биосферы и планеты Земля. Ноосферная экономика есть экономико-хозяйственное основание управляемой социоприродной эволюции на базе общественного интеллекта и образовательного общества (Вернадский,1989)

Проблема исследования – социальный феномен экономики ноосферного типа, в основе которой развитие «общественного интеллекта». Строится гипотеза, что в основе экономики, которая формируется на интеллектуальной компоненте, развитие интеллекта как главного фактора развития информационного общества. В связи с этим выделяется главная проблема ноосферного развития общества, в основе которого главным фактором развития общества выступает интеллект как главная движущая сила общественного развития.

Цель исследования: 1) проанализировать общество как развитие или эволюцию открытых систем, в основе которой коэволюция как соразвитие взаимодействующих элементов единой системы, развивающей и сохраняющей свою целостность; 2) раскрыть сущность ноосферного мышления (мировоззерния), которое пронизывает и охватывает все области деятельности человека, особенно творческие, открывая новые возможности разным формам проявлений сознания индивидов; 3) рассмотреть основы устойчивого развития всей планеты Земля, в основе которой – концепция ноосферного мышления и «экономика общественного интеллекта», потому что ноосфера – это сфера разума, морали, справедливости и интеллекта (Воронкова, 2012).

Результаты исследования.

Общество как открытая система стремится к развитию, эволюции, воспроизводству своих частей, которые способствуют формированию общечеловеческих парадигм культуры и ценностей. Развитие или эволюция открытых систем (в том числе сложных самоорганизующихся систем, как человеческое сознание и человеческое общество), происходит по неким общим для всего Космоса объективным законам. Зная космические законы, регулирующие этот мир, можно пройти через кризисы с наименьшими потерями. Такими законами развития открытых систем являются закон самоорганизации и закон свободной воли в точке бифуркации при режимах с обострением. Развитию ноосферной экономики способствует коэволюция (то есть согласованная эволюция), которая означает, что *гармонично организованное общество возникает тогда, когда стратегия развития Природы и стратегия развития человечества не противоречат друг другу, а совпада*ют. Коэволюция – это соразвитие взаимодействующих элементов единой системы, развивающей и сохраняющей свою целостность. Наиболее интересные, «невырожденные» типы соразвития (именно те, когда применение термина «коэволюция» вполне правомерно и имеет содержательный смысл) предполагают своего рода сближение двух взаимосвязанных эволюционирующих систем, но не движение к одному, общему образу (конвергенция). Последнее означает взаимную адаптацию, то есть когда изменение, произошедшее в одной из систем, инициирует такое изменение в другой, которое, как минимум, не приводит к нежелательным или тем более к неприемлемым для первой системы последствиям. При подобных взаимодействиях обязательна некая (относительная) симметрия, равнозначность, «равноположенность» коэволюционирующих систем, предполагающая у каждой из них наличие набора потенциально возможных изменений – «откликов» на трансформации другой. Коэволюция способствует сохранению разнообразия в системе, элементы которой коэволюционируют, что определяет безусловную предпочтительность коэволюции перед конфликтным развитием. В рамках концепции универсального эволюционизма была выдвинута идея о коэволюции природы и общества. биосферы и человека, прежде всего, в качестве направления развития, при следовании которому могут быть разрешены проблемы цифровой трансформации к смарт-обществу (Воронкова и др., 2016).

Характерной чертой нового космического мировоззрения является синтез научного, философского и религиозного опыта человечества, а также достижений искусства. *Ноосферное мышление пронизывает и охватывает все области деятельности человека, особенно творческие, открывая новые возможности разным формам проявлений сознания индивидов*, в том числе и считавшимся вненаучными. Определение статуса планеты Земля и фактическое состояние, связанное с переходным периодом природных изменений (определяемое вселенскими,

галактическими, планетарными циклами), ставит задачу сохранения и обновления систем Земля, а также адаптацию людей к изменившимся условиям путем аккомодации приспособления живых организмов к условиям существования посредством трансформации строения и функций, метаболизации некоторых кондиций среды. Алгоритм энергоинформационного обмена между материей и субматерией ставит проблему изучения уровней слабых и сверхслабых взаимодействий и создания систем непосредственной, их объективной регистрации, изучения энтропии социальной, что в целом зависит от процессов инкультурации, социализации, нормативно-модальной адекватности личности. Выше обозначенные предпосылки позволяют объединить фундаментальные законы в рамках единой концепции универсальности энергоинформационных взаимодействий в природе и обществе и выработать на этой основе новую научно-мировоззренческую парадигму ноосферного мировоззрения. Согласно В. Вернадского, наша планета и Космос представляются как единая система, в которой жизнь, живое вещество связывают в единое целое процессы, протекающие на Земле, с процессами космического происхождения. Имеющиеся достижения науки уже сегодня позволяют сделать шаги в формировании принципа единства энергоинформационных взаимодействий природы и общества и на этой основе создать ряд нормативных и законодательных актов, которые могут детерминировать определяющим вектором ноосферное мышление и мировоззрение XXI века (Пунченко, Пунченко, 2017).

Новое ноосферное мировоззрение - это особое мироощущение, связанное с наукой, предполагающее формирование новой научной картины мира, рассматривается как целостная система, частью которой выступает сам человек, влияющий на эту систему, в контексте которого предполагается единство и взаимодействие всех составляющих. Ноосферное мировоззрение имеет изначальное отношение к глубинной сути самого человека и предполагает переосмысление богатейшего опыта человечества относительно связей человека и Вселенной, подводит к новому переосмыслению древних космологических мифов, религиозных доктрин происхождения мира, философских систем. В ноосферном мировоззрении предполагается устремление мысли за пределы планеты, что подводит к развитию фундаментальных областей науки и появлению новых научных дисциплин, которые влияют на синтез естественных, технических и гуманитарных наук (Соснін и др., 2017). В этом контексте все более важную роль играет ноосферное *мировоззрение*. Ноосферное мировоззрение выступает как процесс непрекращающегося многогранного творческого постижения великого Единства в его бесконечно разнообразных выявлениях, как особая внутренняя настроенность и ощущение сопричастности по отношению к реальности и ее эволюционным механизмам, к ритмам жизни той всеохватывающей Беспредельности, которую называют Космосом. Новое мировоззрение – разумное мировоззрение, его можно назвать космическим или ноосферным мировоззрением.

Основой устойчивого развития всей планеты Земля должна стать концепция ноосферного мировоззрения. Основные слагаемые этого мировоззрения: человек – маленькая клеточка единого тела Вселенной и как клеточка должна жить в гармонии и единстве со всеми остальными сущностями и частями, подчиняться единым законам Природы; весь мир разумен и имеет иерархию разумностей, что снимает противостояние науки и религии, религии и культуры, мешающие консолидации нашего общества; информация, а так же средства ее передачи и обработки стали связующим звеном для всего того, что изобретается человечеством, поэтому сегодня так необходимо повышение ноосферной культуры личности, общества, цивилизации в целом. В соответствии с этим понятием расширяется понятие окружающей среды и ее новым элементом становится информация, от чистоты которой зависит сознание, мировоззрение и культура людей. В контексте формирования нового мировоззрения формируется культура как социальный феномен, культурные образцы складываются из общезначимых ценностей и тех, которые обоснованы локальной традицией. На сегодня отечественная культура имеет, несомненно, деформированный характер ценностей и новых артефактов культуры. Отечественная культура традиционно опирается на ценности, которые имеют статус общезначимых, глобальных, т.к. находят им подкрепление в смысловом поле культурных установок и традиций. Эта универсальность и общезначимость существенно и полярно противоположна заданной современным Западом массовой культуре. Культура составляет то вечное и неразрушимое прибежище, где дух человеческий находит пути ко всему просветлённому и прекрасному. Она же даёт ясный и чёткий ответ на самые актуальные вопросы современности: что есть красота, совершенство, культурность, а что, напротив, есть уродство, дикость, грубость, невежество. Как с позиций культуры оценивать, к примеру, детскую беспризорность или существующий чудовищный разрыв между богатством и бедностью? Конечно же, откровенно и прямо надо признавать всё это как социальное уродство, как проявление крайнего бескультурья. Соответствующим должно быть и отношение людей к проявлениям этого бескультурья. Обществом должны отторгаться такого рода явления. Однако сохраняющиеся в общественном мнении безразличие к подобным фактам и даже определённая к ним терпимость есть свидетельство недостаточного, невысокого уровня культурности нашего общества, а в целом и недостижимости нового нового мировоззерния (Старжинский, Цепкало, 2016).

Планетарное ноосферное сознание и мировоззрение сегодня необходимо человечеству, которое подошло в XXI веке к новому эволюционному витку развития. Ноосфера – это космоземная оболочка, воздействие космических излучений, прежде всего Солнца, на все живое и, особенно на человечество, что и определяет космический характер ноосферы. Так, В. И.Вернадский (1989) ввел в концепцию ноосферы этику, предполагая, что если Землей будут

править ученые, то не будет войн, голода и нищеты. По мнению, П. В. Флоренского, ноосфера – естественное явление, она имеет в себе не только созидательные, но и разрушительные тенденции, ибо большая часть изобретений человечества может быть использована как на добро, так и во зло. Подлинная духовная эволюция человечества, изменение его сознания и мировоззрения, связаны, прежде всего, с одухотворением и преодолением антропологического кризиса, с освобождением от всех форм порабощения. Только возрождение подлинной духовности способно привести человека к новому качеству жизни, к «новому» сознанию и творчеству. Разумеется, никакая высокая духовность сама по себе не выведет кризисное общество из тупикового положения. Лишь «войдя в плоть и кровь» реально протекающих процессов в материально-технической, экономической и политической сферах, она могут стать действительным катализатором реализации позитивной модели глобализации (Старжинский, Цепкало, 2016). Мировоззрение является способом адаптации человека к миру и нравственной формой защиты человека. Мировоззрение относится к числу самых болезненных явлений, которое сокрушает Будущее в лице Глобализации. Мировоззрение функционирует как содержательная сторона системы сознания, которая включает умение пользоваться знаниями для познания и преобразования мира, убежденности в их истинности как инструмента деятельности, основные идеалы, принципы и готовность к реализации и защите убеждений и идеалов. Мировоззрение - это интеллектуальная конструкция, которая решает проблемы нашего бытия, исходя из некоего высшего предположения. Мировоззрение – это синтез и высший уровень духовной жизни человека. Человек духовно растет в меру роста его мировоззрения. Мировоззрение изменяет сам характер человеческого развития: если раньше человечество изменяло окружающий мир, и то теперь – вероятно, из-за того, что антропогенная нагрузка на биосферу приблизилась к некоему критическому уровню – оно перешло к изменению самого себя. Человек, природа, космос представляют собой единое целое, живой одухотворенный организм. И именно человек, как осознанно действующий субъект, ответственен за дальнейшую биосферную (биотехносферную), так и ноосферную эволюции. Поэтому отношения человека, общества и природы должны основываться на созидающих и утверждающих жизнь принципах и ценностях. Нравственный выбор человека в условиях глобализации мы связываем с утверждением «культуры жизни», как нового типа мышления, основанного на постижении высших духовных смыслов бытия, этикой ненасильственного мира. Только через «накопление» духовной культуры, как внутреннего регулятора поведения, возможен процесс его одухотворения и нравственного самосовершенствования.

Особая роль в формировании целостного восприятия картины мира, его единства, в становлении ответственной, творческой и целостной личности, «человека слова», «человека действия», «человека духовного» принадлежит образованию и воспитанию, которые определяют

суть изменений, происходящих в обществе. Путь человечества к духовному единению, преодоление глобальных кризисов есть «путь к себе» как нравственное самосовершенствование и как постижение высших духовных смыслов бытия, через осмысление того, что человек, природа, космос являют собой единое одуховторенное целое. Чтобы исполнить свое предназначение, человек должен реализовать свою свободу, которая сопряжена с ответственностью, а вседозволенность – это анархия, хаос, объективное зло. Раскрывая понятие «космизма», можно сказать, что это учение о предназначении, учение о единстве природы, о воздействии мысли на мироздание, учение об основных принципах (нравственных законах), определяющих реализацию предназначения, учение о свободе воли и ответственности.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что ноосфера как теория, мировоззрение и образ мышления проанализирована в теории В. Вернадским и другими теоретиками, однако на практике ноосфера как тенденция развития общества пока еще не внедрена, однако ее проявлениями и тенденциями развития есть сформировавшаяся совокупность общественного интеллекта, которая движет миром и способствует формированию информационного общества, которое переходит в смарт-общество как высокотехнологическое и высокоинтеллектуальное.

Выводы

1. Планетарное ноосферное сознание и мировоззрение сегодня необходимо человечеству, которое подошло в XXI веке к новому эволюционному витку развития. Ноосфера – это космоземная оболочка, воздействие космических излучений, прежде всего Солнца, на все живое и, особенно на человечество, что и определяет космический характер ноосферы. Так, В. Вернадский ввел в концепцию ноосферы этику, предполагая, что если Землей будут править ученые, то не будет войн, голода и нищеты. По мнению, П. Флоренского, ноосфера – естественное явление, она имеет в себе не только созидательные, но и разрушительные тенденции, ибо большая часть изобретений человечества может быть использована как на добро, так и во зло.
2. Подлинная духовная эволюция человечества, изменение его сознания и мировоззрения, связаны, прежде всего, с одухотворением и преодолением антропологического кризиса, с освобождением от всех форм порабощения. Только возрождение подлинной духовности способно привести человека к новому качеству жизни, к «новому» сознанию и творчеству. Лишь «войдя в плоть и кровь» реально протекающих процессов в материально-технической, экономической и политической сферах, духовность может стать действительным катализатором реализации позитивной модели глобализации.

3. Ноосфера, способ ее осуществления и существования никоим образом не согласуется с существующими социально-экономическими идеями и концепциями начала XX1 века. Это предполагает тотальное переосмысление всех принципов, на которых осуществляется жизнедеятельность социума и построение новой научной парадигмы. Единство человечества выступает важнейшим законом биосферы, позволяющим перейти в ноосферу. Это единство связывает человечество в единый организм со всеми живыми организмами биосферы, позволяющее сформировать и единое духовное сознание, единую культуру космопланетарного порядка.

Практические рекомендации

1. Следует формировать парадигму ноосферного образования, которая эксплицирована как качественно новый уровень формования инновационного типа мышления обучаемых, базирующийся на информационных ресурсах общества и способствующий на основе креативной методологии и достижений современной науки становления нового уровня индивидуального и общественного интеллекта (Пунченко, Пунченко, 2017).
2. Сформировать идеологию ноосферного развития, которая выполняла бы роль конструктивно-мобилизирующей силы (Воронкова, Максименюк, Никитенко, 2012).
3. Способствовать переходу от информационного общества к обществу инноваций и планировать экономику инноваций (Старжинский, Цепкало, 2016).
4. Развивать образование как интеллектуальной ресурс модернизации, которая приведет к экономике «общественного интеллекта», базирующейся на идеях ноосферного мировоззрения.
5. Формировать человека-инноватора с креативным мышлением и сознанием, способного стать творцом экономики «общественного интеллекта», высокой культурой менеджмента.
6. Формировать интеллектуальный потенциал страны как основание «экономики общественного интеллекта», который базируется на культуре менеджмента XXI столетия.
7. Формировать экономику инноваций и высокие технологии как основу прорыва страны к конкурентоспособности среди других государств.
8. Формировать интеллектуальный потенциал ноосферно-информационно-инновационной парадигмы образования.

Список литературы

1. Вернадский, В. И. (1989). Биосфера и ноосфера / Владимир Иванович Вернадский. Мысли о ноосфере. М.
2. Воронкова, В. .Г. (2012). Філософія розвитку сучасного українського суспільства: теоретико-методологічний контекст. *Монографія*. Запоріжжя.
3. Воронкова, В.; Романенко, Т.; Андрюкайтене, Р. (2016). Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії,* 67, с. 122-134.
4. Пунченко, О. П.; Пунченко, О. Н. (2017). Археология ноосферного образования. *Монография*. Одесса.
5. Соснін, О. В.; Воронкова, В. Г.; Нікітенко, В. О.; Максименюк, М. Ю. (2017). Інформаційно-комунікативний менеджмент: зарубіжний і вітчизняний менеджмент: навчальний посібник. Київ.
6. Старжинский, В. П.; Цепкало, В. В. (2016). На пути к обществу инноваций. Минск: РИВШ.

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ SMART-ОБЩЕСТВА И SMART-ТЕХНОЛОГИЙ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Воронкова Валентина[1], Кивлюк Ольга[2], Романенко Татьтяна[1], Рижова Ирина[1], Андрюкайтене Регина[3]

[1]Запорожская государственная инженерная академия, Запорожье, Украина

[2]Национальный педагогический университет имени М .П. Драгоманова, Киев, Украина

[3]Литовский университет спорта, Каунас, Литва

Аннотация. Актуальность исследования smart-общества расматривается в плоскости эволюции общества от индустриального к постиндустриальному, и от информационного к smart-обществу. Представлено концептуализацию измерений smart-общества как разумного, инновационного, интеллектуального, высокотехнологического. В основе smart-общества востребованным есть smart-человек, который работает в высокоинновационной среде, детерминированной информационно-коммуникационными технологиями. Центральная проблема данного исследования - анализ smart-общества, smart-управления, smart-бизнеса, smart-государства, в основе которых новое взаимодействие человека и общества. Главная задача – обосновать концептуализацию smart-общества в контексте измерений, в основе которых человек как объект и предмет познания; исследовать понятийно-категориальный апапрат темы и эволюцию основных категорий в измерении «smart», а также востребованность человека как креатора инновационной среды. Методологической основой исследования является синергетический подход, в контексте которого новые реалии «smart», которые трансформируют социальные аспекты бытия человека и общества. Информационный подход к анализу социума исходит из синергетического, нелинейного видения путей разрешения общецивилизационных проблем. Антропологичский и социоаксиологический методы и подходы позволяют раскрыть измерения smart-общества, в основе которого человек, образование, движение к «обществу инноваций» и знаний. Научная новизна исследования, что в нем впервые представлена концептуализация smart-общества в философском контексте и разработан ее поятийно-категориальный аппарат.Делается вывод, что прорыв в системе ИКТ определил

глубинные содержательные изменения во всех сферах общественной и профессиональной деятельности, которые привели к появлению нового феномена smart-общества и smart-человека.

Ключевые слова: smart-общество, smart-человек, smart-технологии, smart-экономика, smart-бизнес.

Введение

Акуальность темы исследования в том, что матрица «smart-общество» дискуросмысливает взаимоотношения «человек-общество» и есть центральной во всей европейской философии. Данное измерение свидетельствует не только о общетеоретическом, общефилософском смысле постановки проблемы, но и ее праксеологическом значении на пользу человека. Антропологический подход к новому формату человека приводит к тому, что с середины 80-х гг. XX ст. антропология формируется как прикладная наука, котопрая исследует проблемы человека smart-города и пытается усовершествовать бытие человека smart-технологиями. В связи с этим smart-город рассматривается на уровне трехуровневой модели социального мира: 1) smart-город как социум, который требует усовершенствования smart–технологиями; 2) smart-город как системно-структурный мир и инновационный город; 3) smart-город как социомикро-и социомакромир повседневности.

Проблема исследования – концептуализация измерений smart-общества и smart-технологий, в основе которых проблема человека как объекта и субъекта информационного общества, которое эволюционирует в smart-общество. Существенной осбенностью всех европейских моделей города выступает рационально организованный человек, который обустраивает свое бытие в соответствии с законами красоты, что требует усовершенствования smart-технологий.

Цель исследования – проанализировать измерения smart-общества и smart-технологий, которые свидетельствуют о прогрессе информационного общества, котрое эволюционирует к инновационному городу, в котором все компактно обустроено для человека. Анализ измерений свидетельствует, что smart-общество базируется на антропологических, духовно-эстетических, аксиологических основаниях, потому что человек никогда не выступает как чистый агент экономических отношений, а владеет «социальным телом», способным выступать в духовно-эстетические процессы социума-экзистенции в корреляции с социокультурной деятельностью. На современном этапе исследования проблемы анализа smart-общества мы встречаем работах П. Друкера, В.Воронковой, О. Кивлюк, Т. Романенко, И. Рыжовой (Воронкова и др., 2016).

Методология исследования. Методологические основания модели smart-общества и smart-технологий сводятся к использованию принципов: 1) конструктивность; 2) символичность; 3) идеализация; 4) инструментальная и функциональная заначимость. Эпистемологическое допущение о характере и природе рациональности smart-общества имплицируется в теориях

адаптации человека к окружающей среде. Антропологичский и социоаксиологический методы и подходы позволяют раскрыть измерения smart-общества, в основе которого человек, образование, движение к «обществу инноваций» и знаний.

Результаты исследования

Методологическое и общенаучное значение теории smart-общества как основы развития современного мира создает условия для формирования нового smart-человека и нового smart-мировоззрения, которое может быть определено как система взглядов на мир, которая обусловливает необходимость преодоления энтропийных процессов в городе (обществе) и требует использования smart-технологий для обустройства человека и его образа бытия. Новое smart-мировоззрение требует, чтобы в нем были реализованны идеи разумного (инновационного) города, нацеленного на социокультурный и социоэкономический прогресс общества. «Новое мировоззрение XXI столетия – это ноосферное мировоззрение, которое ставит своей целью реализовать идею В.Вернадского в онто-социо-природных процессах» (Воронкова, 2013, с.72). Антропологические измерение smart-города исходит из разума, утверждения ответственности человека за все, что происходит в мире, и выводит свое понимание человека и окружающей действительности из самого человеческого бытия, то есть из сущности человеческой жизни.

Понятийно-категориальный аппарат исследования.

Концептуализация антропологических измерений smart-общества обеспечивает экстраполяцию инновационно-информационных технологий, а мультиинформатизация социума гармонизирует факторы культуры, науки, искусства, образования, что требует внедрения smart-технологий. Мультипроцессы в информационном обществе связаны с логико-математическими, логико-семантическими, мультисемантическими полимоделями- структурами и такими способами передачи информации, как телевидение, телефон, факс, которые модифицируют и развивают все процессы информатизации. В результате этой эволюции и возникло «smart-общество»» (Воронкова и др., 2016).

Характеристика термина «smart». Smart - это свойство объекта, которое характеризует интеграцию в данном объекте элементов, ранее не связанных, которые осуществляются при помощи Интернет. Например, Smart-TV, Smart-Home, Smart-Phone Smart-технологии, которые в целом приводят к расширению трудовой мобильности: в образовании, на государственной службе, в дизайне и других сферах деятельности. В последнее время стали возникать мировые тренды в развитии Smart: Smart-города; Smart-страны; Smart-мобильности; Smart-экономики; Smart-образование; Smart-жизнь. Современная концепция Smart-правительства базируется на новой

платформе «Smart Networks», а современная дизайнерская детельность модифицируется за счет внедрения различных видов дизайна (графического, экологического, веб-дизайна). Платформа Smart networks («разумных сетей») предвидит использование коммуникационных сетей для управления системами различной природы. Разумная сеть выражается как реализация трех составляющих развития Интернет: 1) межмашинное взаимодействие (M2M), то есть технологии, которые позволяют машинам обмениваться информацией между собой или передавать ее односторонним порядком; 2) исчисление (CC); 3) анализ больших данних (Big Data). Поэтому логическим продолжением информационного общества является смарт-общество (smart-society), которое развивается на основе Smart -технологий.

Отметим, что впервые термин «smart-общество» ввел П. Друкер в 1954 году, первые литеры которого обозначают: S - Self-Directed; M - Motivated; A - Adaptive; R - Resourceenriched; T - Technology. Smart-критерии, которым должны отвечать цели: 1) specific – конкретный (что необходимо достичь); 2) measurable – измеряемый (в чем будет измеряться результат); 3) attainable – достигаемый (за счет чего можно достичь цели); 4) relevant – актуальный (определение истинности цели); 5) time-bounded – соотношение с конкретным сроком (определение временного соотношения с конкретным сроком (определение временного интервала, по истечению которого цель может быть определена). Термин «smart» в переводе на русский означает разумный, то есть такой, который способствует развитию разумных технологий и формированию разумного общества. Ключевым свойством термина «smart» есть способность взаимодействовать с окружающей средой и наделять систему способностью реагировать на изменения во внейшней среде: 1) адаптации к условиям, которые трансформируются; 2) самостоятельному развитию и самоконтролю; 3) эффективного достижения результатов (Кивлюк, 2011).

Концепции развития smart-общества. В процессе эволюции цивилизации концепции смарт-общества сформировались в основе современных государственных программ Южной Кореи, в частности в Южной Корее Национальным социальным агентством разработана «Стратегия смарт-общества», которая есть чрезвычайно актуальной. Smart-общество проникает во все сферы человеческой жизнедеятельности, управление, бизнес, образование, дизайн, делает их гибкими, разумными, интеллектуальными с использованием знаний и инноваций. Развитие информационного общества связано с началом эры знаний, которая эволюционировала в разум и интеллект, а те, в свою очередь, сформировали Smart-общество. В основе Smart-общества лежит развитие «общества знаний», цифровых технологий, цифрового общества, всего того, что называется «цифровой эрой» развития цивилизации. Smart-общество построено таким образом, что разумная работа есть основанием разумного (инновационного) города, который базируется на

разумной инфраструктуре, которая играет центральную роль в создании smart-культуры (Кивлюк, 2016).

Smart-экономика, Smart-инновации. Smart-инновации рождают новую парадигму развития общества, которая считается самым важным фактором становления smart-общества, которое базируется на концепции smart-экономики. Не случайно это увеличение зафиксировано в документе «Европа - 2020: Стратегия розумного устойчивого и инклюзивного развития» (Smart growth) - стратегия, которая включает развитие экономики, которая базируется на знаниях и иновациях и способствует устойчивому развитию (Sustainable growth), в основе которого более эффективное использование ресурсов, которое включает инклюзивное увеличение (Inclusive growth) и укрепление высокой занятости населения, которому в целом способствует развитие Интернет-экономики (Максименюк, Нікітенко, 2016).

Smart-экономика – это экономика, которая базируется на комплексной модернизации и инновационном развитии всех сфер на основе технологий нового поколения, которые обеспечивают высокую дополнительную стоимость, энергоэффективность, формирование качественной окружающей среды и социальную стабильность. Smart-экономика базируется на высоких, в том числе энергосберегающих технологиях и экологической инфраструктуре. В «сетевой» экономике формируется новое качество услуг, которое генерируют сами пользователи, граждане смарт-общества, которые взаимодействуя с органами публичного управления и частным бизнесом не по вертикали, а горизонтали, делают бизнес интелектуальным, креативным, творческим. При этом предвидется такая ситуация «fifth level service», когда сама услуга «находит» клиента, а не наоборот (Нікітенко, 2013).

Применение ИКТ позволяет предприятиям добиваться значительных экономических успехов за счет быстрой адаптации к быстро изменяющейся бизнес-среде, использованию отдаленных офисов, непрерывной коммуникации с потребителями и партнерами. Смарт-общество кооперируется в общенациональную сеть, в которой трудовая деятельность организуется на основе коллективного (общественного) интеллекта, который рождает «смарт-работу». В результате эволюции информационного общества в смарт-общество как результат развития цивилизации формируются новые требования к трудовым ресурсам, в контексте которых главным выступает овладение коллективной сетевой компетенцией. «Смарт-общество» включает в себя развитие «разумных технологий», образование, управление городом, формирование новых технологий, что связано с развитием Интернет, и способствует повышению эффективности новой роли информационных технологий, которые выступают в качестве единственной инфраструктуры нового общества. Смарт-экономика в условиях цифрового развития социума базируется на

высоких, в том числе энергосберегающих технологиях, в сетевой экономике формируется новое качество услуг, которое детерминировано интеллектуальными технологиями.

Развитие Интернет-технологий и образования. Развитие Интернет-технологий и образования формирует уникальные условия для возникновения новых трудовых отношений с работниками и работодателями. В рамках технологии – смарт-Стаффинга формируются новые высокотехнологические подходы к привлечению персонала. Специалисты, которые работают в одной команде на общий результат используются последовательно, по графику, а большая часть работников может выполнять трудовые функции в дистанционном режиме. Реализация технологии смарт-Стаффинга происходит на основе распределительной интеллектуальной Интернет-b2b-платформе, при помощи которой работодатели на значительном расстоянии привлекают и перераспределяют между собой доступные компетенции сотрудников, а также заключают договора с отдаленными работниками при помощи электронного документоучета. Эволюция образования сегодня происходит от электронного обучения к формированию Smart-университета, который выступает катализатором инноваций в образовании: продвижение на национальном уровне; система кибер-обучения в кибер-университетах. Образование, которое формируется за счет использования электронных и коллективных технологий, становится все более массовым и эффективным, и соответственно смарт-образование готовит разумных смарт-граждан, которые есть высокоинтеллектуальными и используют самые современные нформационные технологии. Зарубежные ученые считают, что развитие таких отраслей, как Smart-транспорт, Smart-энергетика, Smart-образование приведет к появлению Smart-мира, детерминированного цифровыми технологиями в условиях информатизации и глобализации. Необходимым условием формирования smart-общества есть smart-образование, в основе которого формирование смарт-компетентностей как составляющей части формирования информационной компетентности, которая включает: знание о смарт-среде и порядке формирования взаимодействия с ним; умений поиска и использования смарт-ресурсов и смарт-технологий. Взаимодействие в смарт-среде должно осуществляться в контексте взаимодействия с медиасредой и киберпространством, что позволяет личности адаптироваться к реалиям сегодняшнего дня и обеспечить соответствующее качество жизни (Рижова, 2017).

Цифровая экономика эпохи Интернет. Цифровая экономика эпохи Интернет способствует увеличению национального «кадрового потенциала». Часть «человеческого капитала» формируется за счет развития смарт-общества и способствует увеличению «допонительной собственности», то есть интеллектуального капитала. Для того, чтобы своевременно решать унивальные задачи и поддерживать свою конкурентоспособность, организации должны иметь доступ к кадровым

ресурсам в нужное время, способствуя развитию «человеческого капитала», который есть интеллектуальной платформой, кадровой и социальной инновацией.

Принципы работы smart-business: смарт-инновации. Миссия smart-business – предоставлять высококачественные, высокопрофессиональные услуги и внедрять инновационные технологии и решения в управлении бизнесом, в результате чего компании–клиенты стремительно будут расти и успешно развивать свой бизнес. Принципом работы smart-business есть формирование долгосрочных отношений с клиентами как результат эффективного управления персоналом и формирования пакета качества услуг. Smart-инновации рождают новую парадигму смарт-общества.

Выводы

1. Таким образом, формирование смарт-общества свидетельствует, что мир находится в состоянии системных глобальных изменений и глобальной трансформации человечества. В результате изменений формируются новые требования, которые выдвигаются к трудовым ресурсам, востребованным является управление коллективной сетевой компетенцией. В качестве ключевых ценностей выдвигаются - сетевая логика и рациональность, интеллекутальность, умение работать в команде, выработка колективного (общественного) интеллекта, умение работать в Интернет с использованием интеллектуально-коммуникационных технологий, креативность.
2. Национальная система образования выступает как ключевой фактор глобальной борьбы за лидерство в современном мире. Способность граждан быстро адаптироваться к изменениям окружающей среды определяется быстротой усвоения инноваций и в первую очередь уровнем овладения современными образовательными технологиями - e-learning.
3. Smart-компетентность и smart-культура есть условием развития и саморазвития субъекта, его smart-образования, что включает формирование информационного мировоззрения и мотивацию к познанию мира, развитие познавательной и деятельностной активности субъекта к smart–среде.
4. Субъект smart-общества должен расти и развиваться, адаптироваться к этой среде, вырабатывать психологическую устойчивость субъекта к влиянию негативных (энтропийных) разрушительных проявлений этой среды, уметь защитить свое внутреннее и личностное информационное поле.
5. Smart-общество как антропологическая парадигма акцентирует внимание на том, что человек есть не только экономической и политической клеточкой общества, но и

социкультурным феноменом, который вбирает в себя все когнитивно-творческое, когнитивно-познавтельное, рационально-ценностное.

6. Научная новизна исследования в том, что в нем впервые представлена концептуализация smart-общества в философско-антропологическом измерении и разработан понятийно-категориальный аппарат. В контексте системного, антропологического и аксиологического подходов большую роль играют такие категории, как информация, информационно-коммуникативные технологии, ноосферное образование, информационнно-коммуникативный менеджмент, который способствует развитию smart-общества и smart-технологий. Прорыв в системе ИКТ определил глубинные содержательные изменения во всех сферах человеческой жизнедеятельности, поэтому сегодня есть все основания говррить об эволюции информационного общества в smart-общество, в контексте которого человек выступает объектом и субъектом.

Практические рекомендации:

1. Для формирования концепции смарт-общества как антропологичсекой основы европейского вектора страны, следует формировать элиту гуманитарных менеджеров, необходимых для работы на всех уровнях управления; осуществления ими социальной и гуманитарной политики, формирования ключевых задач гуманитарного менеджмента: а) смысловой (семиотической); б) личностного роста и деятельностного самоопределения (антропологический вектор); в) стартегического мышления и политического действия, то есть создание условия для становления смарт-общества.
2. Содействовать развитию смарт-мировоззрения менеджера-управленца, в основе которого развитие индивидуальных способностей, умение анализировать явления общественной жизни, практических умений в принятии решений.
3. Содействовать развитию смарт-технологий, которые представляют собой совокупность научно обоснованных приемов и специальных техник непрямого влияния на общество благодаря управлению смарт-технологиями.
4. Формирование и развитие smart-культуры, в основе которой культура взаимодействия в smart-среде, осуществление мер smart-безопасности, компьютерной и информационной этики.

Список литературы:

1. Воронкова, В. Г.; Романенко, Т. П.; Андрюкайтене, Р. (2016). Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до Smart-суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* : збірник наукових праць. 67, с. 13-27.

2. Воронкова, В. Г. (2013). Формирование нового мировоззрения, нового человека, нового общества будущего. *Антропологічні виміри філософських досліджень*: Дніпропетровськ, с. 69-78.
3. Кивлюк, О. П. (2011). Інформаційна педагогіка : філософія, теорія, практика. *Монографія*. К
4. Кивлюк, О. П. (2016). Освітня культура інформаційного суспільства в контексті глобалізаційної реальності. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць*. Запоріжжя. 67, с. 225-232.
5. Максименюк, М. Ю.; Нікітенко, В. О. (2016). Інформаційно-комунікативне суспільство як різновид складної соціальної системи і взаємодії. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць.* 66, с. 266-278.
6. Нікітенко, В. О. (2013). Загальнолюдські цінності як геоцінності планетарного масштабу: антропологічний вимір. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : збірник наукових праць*. 55, с. 139-146.
7. Рижова, І. С. (2017). Smart – технології як фактор розвитку сучасного дизайну в контексті розвитку інформаційного суспільства та глобальної трансформації людства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії» : збірник наукових праць*. 69.

INSTITUTIONAL TRENDS GLOBALIZATION AND TRANSFORMATION OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

Zinchenko Viktor

Institute of Higher Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Abstract. Analyzes the transformation of societies and economies in a globalizing changes. The influence of the globalization trends in the management processes, on society in terms of transitive transformation systems. We investigate the institutional processes of integration and regionalization in the modern industrial systems. The article analyzes the dynamics of self-organization processes in control systems. **The central problem of this research** - investigate the specificity of post-industrial development strategies and transformation of institutions in the context of globalization in modern industrialized systems. A structure, practice and logic of a modern global economy, based on the newest technologies of informational technologies and telecommunications, resulted in the new international division of labor. This not only led to changes the world balance of economic power between the industrially developed countries, but also strengthened the tendency on creation of the economic multitude. **The research problem** - not only qualitative satisfaction of existing needs but also advance their forms of forecasting, analysis of possible consequences and constant search for new methods of interaction – is a major strategic task and daily functioning of any society, enterprises, institutions and organizations. **The methodological basis** - in modernity theories for the integration of developed societies in the modern «neo-capitalist» (or in other terminology, «neo-industrial»), phase of development is the subject of serious studies that show how modern developed nations manage to institutionalize and monitor social relationships. This is primarily – analysis of global economic, political, ideological and social transformations, the functioning of ideology, control systems, education and training, mass communication methods to limit the scope of the social struggle formalized system, the development of institutions and society control over the market. **It is concluded** - the survival of

globalized civilization appears to be so difficult, that achieving of economic and social stability, which would be accompanied respect to the human, his/her rights and freedoms, is now possible. Inherited a certain diversity of quality and diversity of economic structures are slowly but steadily becoming obsolete at a higher level of scientific and technological forces of production, which will allow individuals to associates to be really free management, socially and politically, economically and spiritually. This will be possible when is the predominant part of the public and the production system will be covered directly to public scrutiny. These facts support again, that globalization is not something authoritarian; but, it is the historical stage of evolution of civilization, societies and its objective reality.

Keywords: globalization, world economy, management, communication, society, deliberative.

Introduction

Recent changes in the nature of advanced industrial society has led to a highly specialized analysis that the market mechanism can no longer provide a real understanding of the structure of the social system: the state has become an integral part of the economy, and in a sense the whole of society was transformed into an economic unit, and vice versa, seeing scale phenomenon state political interventionism in economic system. Different elements of society permeated economic and political rationality. In place of the classical market economy came not just monopolistic and oligopolistic market, but managed a complex structure and interdependent processes.

The relevance of research. In modernity theories for the integration of developed societies in the modern *«neo-capitalist»* (or in other terminology, *«neo-industrial»)* (Habermas, 2002), phase of development is the subject of serious studies that show how modern developed nations manage to institutionalize and monitor social relationships. This is primarily – analysis of global economic, political, ideological and social transformations, the functioning of ideology, control systems, education and training, mass communication methods to limit the scope of the social struggle formalized system, the development of institutions and society control over the market. In a situation of transition to *neo-capitalism («postcapitalism», «new industrial», «post-industrial» society)* the desire to stabilize the system detects a failure only economic instruments, there is a need for direct influence on the minds of the masses, in creating odeometer market of goods of cultural production as an integrating, unifying social force (Зинченко, 2017, p.87). Scientific and technical process, the transformation of science into a direct productive force, the revolution in communication media facilitate the implementation of this task. It was a new historical management step in creating real conditions for material and for spiritual integration of social systems.

Research problem. The growing interlacing of economies, internationalization of financial markets and modern stage of human evolution provides social and, particularly, economic globalization. On the basis of super-national, the global division of labor in economics centers the national industrial systems with close intercommunication between an economy and policy raised (Kurz, 2009, p. 19). Now

we can see the so-called *successive form of globalization*, developing in the conditions of united world market. It is an objective process which is the important feature *of postindustrial civilization*.

Research Significance. The considerable degree of integration and internationalization is inherent to the present world. National economies become gradually more integrated. We can observe the «compression» of world space which requires the new forms of mutual social relations. A problem lies not in the phenomenon globalization, but in the ability of governments of many countries to adjust their policies to the changing terms.

Purpose of the study. In modern conditions of social technology, computerized development when different types of work and their products are not irreconcilably opposed to each other as a generalization of the interests of different social communities, and professional features through automation, unified, then the measure of labor itself gradually becomes his time, which may be considered in distribution according to work. In some countries neoindustrial system of self-governing civil society lifestyle gradually implemented. Concerning the questions of management (economic or socio-economic sphere), these countries adopted basic rules of a modern world market economic game. This occurs where the cooperation of labor and distribution, the socialization of property, industrial and political self-government is a daily, combined with the scientific and technological revolution, globalization of the market, with productive public control over him, the integration of cultural and ethical values common to all mankind's spiritual development.

Results of the study (Analytical Investigation, Comparison and Discussion of Results)

As well as any new phenomenon, ***globalization*** has as the supporters who examine her like supreme good, because in their opinion it is capable to increase the productivity and life standards in the whole world, so the critics who adhere to more pessimistic point of view. The last (critics), are those that speak to the problem that a growing competition of developing countries with a low wage level will shorten a working places capacity. This will reduce the salaries in rich countries, and also will result in so-called «race downward». This is indicated when countries reduce salaries, taxes, unemployment benefits, and loosen environmental controls, to become «competitive». Competition pressure undermines the possibilities of the states in pursuing their own economic policy.

Being simultaneously the original, unique states, coming from their own principles, traditions, necessities, features, all of them, we want it or not, are subordinated to certain unified economic principles and principles of the so-called globalization (Exner, 2005, p.73), moreover, integrations, which is expressed as obviously so often non-obviously. Not only qualitative satisfaction of existing needs but also advance their forms of forecasting, analysis of possible consequences and constant search for new methods

of interaction – is a major strategic task and daily functioning of any society, enterprises, institutions and organizations.

Implementation of these tasks provides quality management practices, which are based on international experience and applied work in the field of theoretical generalizations of effective management, governance and management of human and material resources, applying on the micro and macro levels all without exception efficiently functioning segments of the economic and social life.Randomness and inefficiency of transformation authoritarian-bureaucratic systems of macro and micro levels of the post-Soviet space, their instability, causing the need to find methods of improvement of public and government relations, economy, finding ways to transition to a new type of management mechanism, which meets the conditions of the global economy, to ensure a balance, overcoming the negative processes (inflation, monopoly, unemployment, quality of unsaturation of the consumer market, the budget deficit and so on.).

In this regard, before the science of economics and management practice problems fundamentally new type. These problems are: development of a conceptual model and mechanisms that provide a harmonious blend of cooperation and collaboration in public relations, rational planning and market regulation, production and consumption in market relations, filling supply of consumer goods and services, the elimination of disparities between the mass of commodities and the amount of banknotes, which are in circulation, accelerating return on capital investment, focus on advanced technologies. In this special place is the problem of ensuring a stable increase in the quality and reliability of new products and services at lower prices for new products and focus on weighty reduction of production and management employees to achieve competitive advantage, pinning already conquered and new markets.

Solving these problems requires a thorough theoretical analysis of tactical aspects of the economy and the search in the foreign and domestic practice tools for its intensification. The result of such a strategy should be to create a new generation of management systems that will work in a so-called *Conveyor innovations.* In essence, the task is put to combine their institutional and economic systems of a new type of flexibility and adaptability of small-scale production of products and services with low costs and high productivity characteristic of mass production. All this calls for new approaches to the management of human and industrial resources, as traditional methods of control – with their focus on mass production of the gross figures, which do not provide an effective interaction between participants across and do not pay enough attention to the final consumer – are not justified. So now there is an unprecedented demolition of existing stereotypes of management thinking. In this model, the idea expressed in the historical trend toward freedom from political and economic determinism, whereby man becomes a co-owner of the general conditions of their personal development, whether they performed socio-economic functions and roles. Reduction due Science and Technology, necessary labor conditions

deliberative society increases the time for the full development of the individual, which is itself in turn as the highest production strength inversely affects production labor force.

The rise of ***new industrial countries*** (NIC) includes the critical factors of global development, too. NIC are equivalent competitors to the industrially-developed countries in the production of hi-tech goods (Bello, 2009). Further, the new global information-oriented economy refers to realization of technological jerks in development due to introduction of know-how in the counterbalance of preliminary dominating idea about collecting short-term advantages from the use of cheap labor and raw material in the countries of the third world.Critics are also disturbed by the growing influence of financial markets, that are able to cause economic chaos, by asserting that dominant conception of globalization is wrong. This is because the real phenomena in an economy are not inlaid in the strict holistic concept of economic world. A term «tangled order» could be more appropriate, but absence of «new Keynes», who would describe in strict categories the trends of such order, which replaces the post-war model of world economy.

All processes in the world have become more or less global. As such, existent tendencies are implemented faster, than it takes time to realize them. both ideologists and critics of neoliberal globalization. And, processes which yet a few years ago seemed to be impossible, have become amplitudinous. «An almost overall refusal of integration of the world economy becomes real», – magazine «Economist» – this is not included in your references. Although the author of this article stated that corporations continue to believe in efficiency of global network of suppliers, he noted that: «as well as in any chain, its force concerns the weakest link. The situation become crucial, when companies will decide that the similar system of deliveries is already dead» (An anatomy of so-called «deglobalisation, 2009).

The so-called *«de-globalization»* is examined in this magazine. This is a symbol of open market ideology, as a negative process. Many authoritative world specialists (in particular, Nobel laureates on an economy Joseph Stiglits and Paul Krugman, professor of sociology of the Philippine university Wolden Bello (2012, 2016) and others) consider that althoughde-globalization gives us considerable possibilities,de-globalization is anall-embracing system that must replace neoliberal globalization (Lafontaine, 2009,p. 129). This reflects on a time when it became painfully obvious, that the processes of globalization strengthened social tension, deformed a national economy and generated new contradictions. The system of de-globalization, initially worked out for developing countries, could be an important process for the leading states of the capitalist world too. «Ideas, traction to cognition, art, hospitality, wanderlust are all the phenomena which are international by their nature. We do not wish to find ourselves abandoned by the tyranny of world forces which make, or try to produce the certain system of the same type, based on principles of open capitalist market».

A global economy does not exist today; it simply appears that the economic system in which economic and social development of greater part of the world hardly conditioned by progress of the

postindustrial world and its possibility to determine the course of events in other regions of planet (Zinchenko, 2016, p. 236). Obviously, economic and informative connections have become more intense and varied, but their value within the framework of the different socio-economic systems remains diametrically opposed. The purpose of ***«anti-neoliberal de-globalization»*** is to go out of the narrow scopes of conception of economic efficiency, in which the main motivation is the primary cost reduction, regardless of what social and ecological calamities can follow this process (Bello, 2009; Exner, 2005; Kockshott, Kotrell, 2015; Kurz, 2009). The *conception of de-globalization* is also based on that fact, that socio-economic models, pretending to be universal, offered by neo-liberalism or centralized bureaucratic «socialism», cannot normally function and are unable to provide stable community development.

A socio-economic variety, should be accepted as the normal phenomenon which is worthy of support. The general regularities of social and economic development were formulated, mainly, in a struggle against neoliberal hegemony centralized socialism, and a critical analysis of reasons of neoliberal socio-economic crash. However, how these regularities are implemented and formulated in every case, depends on values, vital rhythms, and strategic choices of one or more societies.

Over the last decades we can have experienced the growth of integrations in the world and tendencies through the joint decisionmaking of the economic and social tasks of several countries. The fact is, globalization is objective and an absolutely inevitable phenomenon of modernity. This can be slowed by certain economic policy (what takes place in a number of cases); it is impossible to stop or «abolish», as globalization is an imperative requirement of modern society and scientific and technical progress. The considerable degree of integrating and internationalization is inherent for the today's world. National economies have become gradually more integrated. There has taken place the «compression» of world space which requires the new forms of mutual social relations. Ineffectiveness, frequent harmfulness for humanity and the environment, and modern economic approaches compel the searches of possible alternatives. However, not all the countries are equally integrated for today’s requirements and have approximately the same economic level of development. The world as a whole moves to the some kind of ***«new regionalism»***, simply one of «new regions» (like USA or China) that becomes transnational and spreads its influence on the entire planet (Зинченко, 2017, p..116).

However this process is far from being identical to the real universalization of global community. In other words, except for certain realities of globalization, in today’s world, there are no less real tendencies of regionalization, dissociations and even a-socializations. Regionalization of the economy, in our view, slows the process of large-scale expansionist and extensive globalization; but, it is an inalienable and logical phase of globalization itself on this stage of its evolution, and on the following there will already be an association between inter-regional global groups.

A region is the smallest model of the world and it is here that it is possible to attain internationalization, integration, liberalization, standardization, a non-trenching upon national originality, an exposure to difficulties, contradictions, and spores. Thisthen passes the unacceptable phenomena to the higher stage of the global world evolution that is already co-operating with large-sized world regions-policies. The point is, certainly, the communitarian mechanisms and principles in community and state development, systems of productions and currency-financial systems of regional groups.

The consequence of this is the development of a person purely contemplative and executive positions. Antagonistic and operational relationships between people and above all, in the field of direct communication is a major factor in alienating, because they are not man manifests as a unique individual, and as a specific reference fetishized prevailing economic and political ideology.

«Human Resource Management» improve the situation. Because the people in it, in particular the employee is no longer subject to the Executive, and it is required an active position, stimulates creativity, formed personal responsibility for the results of our work and activities. And he acts for the sake of common goals (company, society). Development of private initiative in this case stimulated motivational support system (career advancement, financial stimulation). *«Theory Y»* D.Mak-Gregor indicates that the system of administrative sanctions and motivation is not effective enough. Be aware that under certain conditions a person is not only able to account, but also tends to her. Man is able to control themselves and act in solidarity socio-case striving for goals, the achievement of which will help meet their individual interests.

The next step is the model of *«deliberative communicative management»*, which is being developed by different theoretical and practical directions and, in particular, *neomarxism*, *subsidiary school*, *libertarian communitarianism*, *participative management* systems, etc., widely used in building effective forms of self-government and self-organization. The purpose of «deliberative communicative management» on the social, political and economic-industrial levels is to achieve a conflict-free situation through concerted action, which aim to address common interests and participation of workers (production) and citizens (society) in the management structure. The purpose of the analysis is to identify the key features and tools to build a society in which there is independent of the will of the people and social relations of production, that is, which abolished the relationship of coercion and domination of some people over others. Control over the processes of production and social functioning should go to direct participants in social production (as in the sectors of material production and in the production of ideas and management decisions). Previous production and management *objects* (*people*) have become *subjects* of production, social organization and management to implement their collective and common and public needs and abilities. A system of incentives and shared a common interest due to the general participation in the government, which as a result of acquiring the features of self-government. In this case, rules and

decisions may be based on the total legitimized communication, which is the regulatory principle. Established structure should provide the same conditions for equitable choices and eliminating coercion and domination.

The aim is to reach a consensus on democratic decision-making. At the level of society and enterprise standards and solutions are formed as a result of a compromise and agreement (***consensus***) among all stakeholders that have equal rights to equal access to managerial power (Kockshott, Kotrell, 2015, p. 101). At the same time eliminated the excess pressure from one of the parties is not given to anyone privileged power-management position. Consensus is achieved through the procedure of forming a general communicative solutions that based on the equal benefit of everyone, are all informed approval. This model is called *deliberative democracy* (derived from the Latin term *deliberatio – «discussion»* in the sense of – *«matching»).* Each individual has an opportunity to participate in developing a strategy of functioning enterprises, government, society, which leads to an account of the interests of individuals and social groups and deepen their understanding. Public, governmental, economic and industrial relations education formed through mutual recognition, discussion and compromise, which means the voluntary renunciation of selfish individualistic or group interests, if they are on the way to mutual agreement and expand economic openness, economic, administrative, social and political communication.

Conclusions

1. The survival of globalized civilization appears to be so difficult, that achieving of economic and social stability, which would be accompanied respect to the human, his/her rights and freedoms, is now possible. Unfortunately, this has occurred in only a limited number of societies and, historically, vey very short periods of time. *Deliberative democracy communicative management* notes that can not be considered truly legitimate a decision that is based on the pre-approved formula worked out and the actions and decisions. The aim of deliberative governance model is a constantly decreasing hired-exploitative relations, expansion of government (both public and enterprise level). In this case, the subject of social and labor relations is also the subject (not object) control systems, distribution and control.
2. Inherited a certain diversity of quality and diversity of economic structures are slowly but steadily becoming obsolete at a higher level of scientific and technological forces of production, which will allow individuals to associates to be really free management, socially and politically, economically and spiritually. This will be possible when is the predominant part of the public and the production system will be covered directly to public scrutiny. These facts support again, that globalization is not something authoritarian; but, it is the historical stage of evolution of civilization, societies and its objective reality.

References

1. Зинченко, В. В. (2017). Глобальные трансформации современности. т.1. Системные глобальные трансформации. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing.
2. An anatomy of so-called «deglobalisation. (2009). The Economist. Feb 19th.
3. Bello, W. (2012). Economic Crisis Shakes Old Paradigms. As our global economic and ecological crises converge, neither neoliberalism nor Keynesianism can cure what ails us.//Foreign Policy In Focus. – Access mode: http://fpif.org/economic_crisis_shakes_old_paradigms/ – Title screen.
4. Bello, W. (2009). The Virtues of Deglobalization. Washington, DC: Foreign Policy In Focus, September 3, p. 3-7.
5. Bello, W. (2016). U.S. Foreign Policy?//Foreign Policy In Focus, January 6. – Access mode: http://fpif.org/ultimate-blowback-u-s-foreign-policy-donald-trump/ Title screen.
6. Exner, A. (2005). Losarbeiten Arbeitslos – Globalisierungkritik und die Krise der Arbeitsgesellschaft.– Münster: Unrast Verlag.
7. Habermas, J. (2002). Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. - Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
8. Kockshott, P. W.; Kotrell, A. (2015). Alternativen aus dem Rechner. Für sozialistische Planung und direkte Demokratie. – Köln:PapyRossa Verlag.
9. Kurz, R. (2009). Kollaps der Modernisierung: vom Zusammenbruch des Kasernensozialismus zur Krise der Weltökonomie. – Frankfurt am Main: Eichborn.
10. Lafontaine, O. (2009). Keine Angst vor der Globalisierung: Wohlstand und Arbeit fur alle. – Berlin/Bonn: J.H.W. Dietz Verlag.
11. Zinchenko, V. V. (2016). The Education in techno-structures of Society// Studies in Philosophy and Education (Volume «The Culture and Power of Knowledge: Inquiries into Contemporary Societies»), p. 235-240.

LIETUVOS ATVYKSTAMOJO TURIZMO ANALIZĖ VARTOTOJŲ POŽIŪRIU

Žurumskaitė Ieva, Simanavičius Artūras

Lietuvos sporto universitetas, Kaunas, Lietuva

Anotacija. Turizmas – vienas sparčiausiai besivystančių verslo sektorių pasaulyje. Dėl šios priežasties jis turi didelės įtakos šalies ekonomikai bei skatina įvairių verslo sektorių, tokių kaip apgyvendinimas, transportas, maitinimas, vystymąsi. Kiekvienais metais į šalį atvyksta turistų iš įvairių pasaulio šalių, todėl atvykstamasis turizmas daro įtaką šalies pajamų augimui, naujų darbo vietų atsiradimui, gerina šalies įvaizdį. Siekiant kuo efektyvesnių atvykstamojo turizmo plėtros rezultatų visą dėmesį reikia sutelkti į užsienio turistų poreikius, turizmo paslaugų plėtrą bei paklausą.

Raktiniai žodžiai: atvykstamasis turizmas, vartotojas, turizmo plėtra

Įvadas

Temos aktualumas. Lietuva turi mažai naudingųjų iškasenų, taip pat ji nėra valstybė, kurios produkcija darytų didelę įtaką ir turėtų paklausą Europoje. Tačiau palankios gamtinės sąlygos gali pritraukti turistus iš viso pasaulio ir taip skatinti ekonomikos augimą šalyje. Patogi geografinė padėtis bei kultūros paveldas skatina turistus aplankyti šalį, išmėginti jos teikiamas apgyvendinimo paslaugas, pramogas, rekreaciją. Šiuos Lietuvos turizmo privalumus patvirtina autoriai K. Barkauskienė ir V. Barkauskas (2012). Jie teigia, jog Lietuva turi didelį potencialą bei plačias galimybes vystyti atvykstamąjį turizmą tobulinant šalies turizmo infrastruktūrą, skiriant dėmesį saugumui bei patogiam susisiekimui. Siekiant išanalizuoti turizmo sektoriaus įtaką šalies ekonomikai, pagrindinis dėmesys yra skiriamas atvykstamajam turizmui. Tai viena iš didžiausią įtaką darančių turizmo formų šalies ekonomikai, verslo sektorių vystymuisi, valdžios pajamų augimui. Atvykstamojo turizmo sektoriaus vystymas užtikrina tokių paslaugų kaip maitinimas, apgyvendinimas, rekreacinė veikla darnią plėtotę.

Objektas. Atvykstamojo turizmo analizė vartotojų požiūriu.

Tikslas. Atlikti atvykstamojo turizmo analizę Lietuvoje vartotojų požiūriu.

Uždaviniai:

1. Apibūdinti Lietuvos atvykstamojo turizmo ypatumus.
2. Aptarti atvykstamojo turizmo Lietuvoje galimybes.
3. Atskleisti vartotojų požiūrį apie atvykstamąjį turizmą Lietuvoje.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizė, statistinė, lyginamoji analizė, anketinė apklausa.

Tyrimo metodika

Tyrimo tikslas. Atlikti atvykstamojo turizmo analizę Lietuvoje vartotojų požiūriu. Lietuvos atvykstamojo turizmo tobulinimo galimybėms ištirti atlikta anketinė apklausa, pateikiant klausimus (24 klausimai: 12 uždarų, 12 atvirų) atvykstantiems į Lietuvą turistams turizmo informacijos centruose, socialinių tinklų puslapiuose, uždarose grupėse bei kituose turistų traukos objektų centruose.

Šis tyrimo metodas pasirinktas įvertinus pagrindinius anketinės apklausos privalumus: galimybė surinkti didelį skaičių anketų taip efektyviau išnaudojant laiką; patogus duomenų suvedimas į bazę naudojant apklausos formatą internetu. Anketinės apklausos metu respondentai jaučiasi laisviau, mintis išsako laisva forma, būtent tai leidžia gauti išsamią nesumeluotą informaciją tinkamą tyrimui.

Anketinė apklausa sudaryta remiantis *Arillas Business Association* klausimynu. Anketa koreguota pagal atliekamą tyrimo tikslą. Tyrimas atliktas 2017 m. kovo–balandžio mėnesiais. Tyrimo metu buvo apklausta 387 respondentų. Respondentų imties dydis apskaičiuotas remiantis imties dydžio skaičiuokle naudojant *Paniotto* formulę:

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}}$$

kur :

n – imties dydis;

Δ- imties paklaidos dydis;

N – generalinis visumos dydis.

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{2}} = \frac{1}{0{,}05^2 + \frac{1}{2071}} = 334{,}57 \sim 336$$

Apklausoje dalyvavo 387 respondentai, todėl galima teigti, kad atlikto tyrimo rezultatai yra tikslus. Respondentų nuomonė buvo tiriama pasitelkiant anketinės apklausos metodą. Anketoje pateikiami klausimai apžvelgia pagrindinius turizmo verslo sektorius, kurių paslaugomis naudojasi turistai, taip pat sužinoma apie išlaidas kelionės metu.

Respondentų amžius	Procentai	Respondentų kilmė	Procentai
< 18	1,0 proc.	**Baltarusija**	**18,0 proc.**
18–24	**20,0 proc.**	**Vokietija**	**14,0 proc.**
25–29	**17,0 proc.**	**Lenkija**	**12,0 proc.**
30–34	9,0 proc.	Rusija	9,0 proc.
35–39	12,0 proc.	Latvija	9,0 proc.
40–44	**15,0 proc.**	Švedija	5,0 proc.
45–49	13,0 proc.	Suomija	5,0 proc.
50–54	4,0 proc.	Norvegija	3,0 proc.
55–59	4,0 proc.	Estija	6,0 proc.
60–64	3,0 proc.		
> 65	2,0 proc.		

***1 pav**. Respondentų amžius ir kilmė*

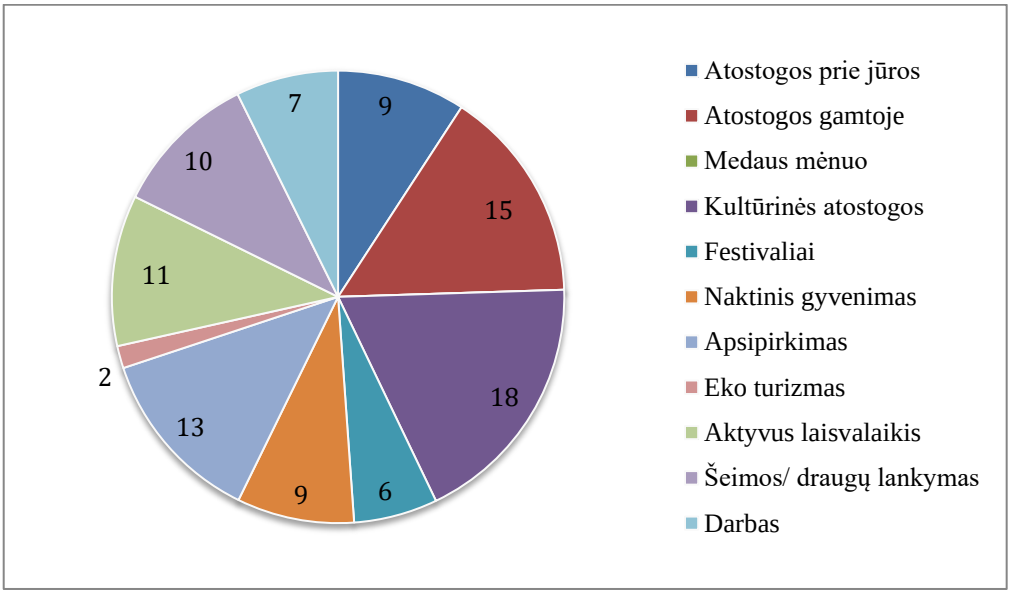
1 pav. atsikleidžiamas tyrime dalyvavusių asmenų amžius bei kilmė. Lentelėje matoma, kad daugumos baigiamojo darbo tyrime dalyvavusių respondentų amžius yra 18–24 (20,0 proc.), 25–29 (17,0 proc.) ir 40–44 (15,0 proc.) metai. Taip pat šiame paveikslėlyje (1 pav.) pateikiama respondentų kilmė. Tyrime vyravo turistai iš tokių šalių kaip Baltarusija (18,0 proc.), Vokietija (14,0 proc.) ir kaimyninė Lenkija (12,0 proc.)

Tyrimo rezultatai

Tyrimo rezultatai atskleidė respondentų nuomonę ir požiūrį į Lietuvoje teikiamas apgyvendinimo, maitinimo, transporto sektorių paslaugas. Taip pat buvo domimasi keliautojų nuomone apie teigiamas ir neigiamas Lietuvos kaip turistinės šalies puses. Šio skyriaus tikslas išsiaiškinti, kokiomis apgyvendinimo paslaugomis naudojosi vartotojai, kokiu tikslu bei transportu atvyko į šalį, kokias išlaidas patyrė

ilsėdamiesi šalyje. Taip pat iš kokio informacinio šaltinio sužinojo apie Lietuvą ir koks pagrindinis turisto tikslas, dėl kurio nusprendė apsislankyti šalyje.

Apklausos rezultatai atskleidė, kad didžiausia dalis respondentų minėjo, jog pagrindinę informaciją apie Lietuvą sužinojo iš šeimos narių – 36,0 proc. Taip pat turistai sužinojo apie šalį iš televizijos kanalų (19,0 proc.), laikraščių, žurnalų (17,0 proc.) bei kelionių agentų suteiktos informacijos (10,0 proc.). Apžvelgus šią statistikos informaciją galima daryti prielaidą, jog dauguma turistų prieš atvykdami į Lietuvą apie šalį sužino iš šeimos narių, kurie galimai jau yra buvę arba gyvena Lietuvoje.



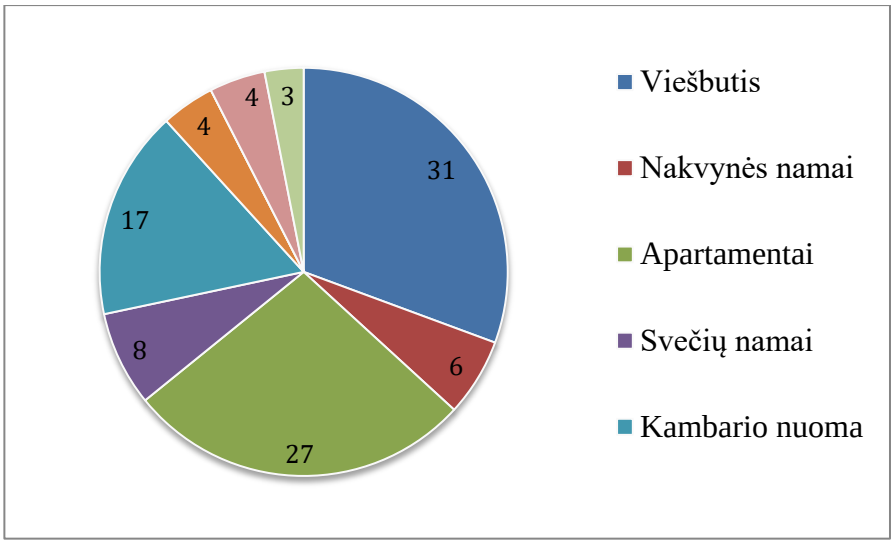
2 pav. *Respondentų pasiskirstymas pagal kelionės tikslą, proc.*

Kad būtų galima išsiaiškinti pagrindinius motyvus, skatinusius respondentus atvykti į Lietuvą, buvo pateikiamas klausimas: „Koks pagrindinis tikslas nusprendus atvykti Lietuvą“. Šio klausimo atsakymai (2 pav.) atskleidė, jog didžiausia dalis turistų Lietuvą pasirinko kaip kultūrinį objektą, siekdami atostogų metu aplankyti Lietuvos kultūrinį paveldą, muziejus, parodas, koncertus. Tai sudarė 18,0 proc. atsakymų. Taip pat nemaža dalis turistų į šalį nusprendė atvykti siekdami pažinti šalies gamtą, kraštovaizdį (15,0 proc.) bei apsipirkti didžiuosiuose Lietuvos miestuose (13,0 proc.). Tačiau rezultatai atskleidžia liūdnąją pusę: turistų tikslas apsilankyti Lietuvos pajūryje sudarė tik 9,0 proc. Taip pat naktinis gyvenimas (9,0 proc.) bei įvairūs festivaliai (6,0 proc.) sudarė mažąją dalį visų atsakymų.

Vis dėlto, esminiai klausimai, siekiant išsiaiškinti turistų nuomonę dėl Lietuvoje teikiamų galimybių, buvo apie apsistojimo Lietuvoje trukmę, kokiomis apgyvendinimo, transporto sektoriaus paslaugomis naudojosi šalyje.

Daugiausia respondentų viešnagę Lietuvoje pasirinkto 7 arba mažiau dienų, tai sudarė 49,0 proc. Taip pat nemaža dalis apklaustųjų Lietuvoje lankėsi 8–14 dienų (30,0 proc.). Atsižvelgus į šiuos rezultatus

galima daryti prielaidą, jog turistai į Lietuvą atvyko atostogų metu, siekdami pailsėti bei pažinti šalį. Tuo tarpu mažoji dalis respondentų lankėsi šalyje 15–21 dieną (8,0 proc.) bei 22–30 dienų (6,0 proc.). Šie rezultatai pateikia menamą prielaidą, kad keliautojai atvyko iš užsienio šalių lankyti šeimos, giminių ar darbo, verslo reikalais.



3 pav. *Respondentų pasiskirstymas pagal pasirinktas apgyvendinimo sektoriaus paslaugas, proc.*

Šis tyrimas atskleidė atvykstamojo turizmo apgyvendinimo sektoriaus aspektus – vietas, kuriose apsistoti nusprendė užsienio turistai. Tyrimo rezultatai atskleidė, jog dauguma atsakiusiųjų atvykę į šalį nusprendė apsistoti viešbučiuose – tai sudarė 30,0 proc. Taip pat dauguma turistų pasirinko apartamentų tipo apgyvendinimą – 27,0 proc. Mažiausia dalis paklaustųjų atvykę į Lietuvą apsistodavo hosteliuose (6,0 proc.) bei svečių namuose (8,0 proc.).

Kalbant apie finansus, buvo prašoma atsakyti, kiek išlaidų patyrė keliautojai būdami Lietuvoje ir naudodamiesi apgyvendinimo, maitinimo, transporto, pramogų, laisvalaikio sektorių paslaugomis. Rezultatai atskleidė, jog daugiausia respondentų kelionės metu išleido 250–500 eurų (31,0 proc.) asmeniui, taip pat nemaža dalis turistų patyrė mažiau nei 250 eurų išlaidų (26,0 proc.), 16,0 proc. atsakiusiųjų išleido Lietuvoje 500–750 eurų.

Tyrimo metu atsiskleidė trijų pagrindinių socialinių statusų (studentų, dirbančiųjų visu etatu, verslininkų) pasirinkimai, susiję su apgyvendinimu, transportu, kelionės išlaidomis, tikslais ir trukme. Išskiriant dažniausiai pasitaikiusius socialinius statusus, buvo sudaryta lentelė, kurioje pateikiami pagrindiniai respondentų pateikti atsakymai. Socialiniai statusai parinkti atsižvelgiant į respondentų atsakymų skaičių.

Kriterijai	Studentas (-ė)	Dirbantis (-i) visu etatu	Verslininkas (-ė)
Pasirinktas apgyvendinimo tipas	Apartamentai	Viešbutis	Apartamentai
Pasirinktas transportas atvykti į šalį	Lėktuvas	Lėktuvas	Automobilis
Kelionės tikslas	Kultūrinis turizmas	Gamta	Gamta

Informacinis šaltinis apie Lietuvą	Draugai / šeima	Draugai / šeima	Draugai / šeima
Ar kelionė patenkino lūkesčius	Visiškai	Taip	Visiškai
Išlaidos kelionės metu	Iki 250 eurų	250–500 eurų	500–750 eurų
Kelionės trukmė	< 7 dienų	< 7 dienų	8–14 dienų

4 pav. *Respondentų pasiskirstymas pagal kriterijus, keliones ir socialinį statusą*

4 pav. matoma pagrindinių trijų socialinių statusų (studentų, dirbančiųjų visu etatu, verslininkų) atsakymai. Visų pirma, lentelės rezultatai atskleidžia, jog daugumos studentų, pažinti šaliai skyrusių iki 7 kalendorinių dienų, išlaidos siekė iki 250 eurų. Taip pat studentai pasirinko apsistoti apartamentuose, atvyko oro transportu, o pagrindinis kelionės tikslas – kultūrinis turizmas. Žvelgiant į asmenų, dirbančių visu etatu, lentelės dalį, galima išskirti, jog dauguma respondentų rinkosi apsistoti viešbučiuose, jų išlaidos sudarė 250–500 eurų. Taip pat jų kelionės trukmė siekė iki 7 kalendorinių dienų. Asmenys, kurie tyrimo metu pažymėjo savo socialinį statusą kaip verslininko (-ės), pateikė tokius atsakymus: daugiausia jų atvyko automobiliu, apsistojo apartamentuose. Jų kelionės išlaidos siekė 500–750 eurų. Pažinti šaliai respondentai skyrė 8–14 dienų. Įdomu tai, jog visi trys socialiniai statusai pažymėjo, jog pagrindinę informaciją apie Lietuvą sužinojo iš savo draugų bei šeimos narių. Taip pat matoma, jog kelionės patenkino šių socialinių grupių lūkesčius.

Išvados

1. Apibūdinus atvykstamojo turizmo sampratą, rūšis, modelius bei galimybes atsiskleidė, jog atvykstamasis turizmas daro didelę įtaką šalies ekonomikai bei suteikia naujas darbo vietas aktyviai įtraukdamas aptarnavimo, maitinimo, transporto sektorius bei laisvalaikio užimtumo paslaugas. Atvykstamasis turizmas – vienas populiariausių pasaulio turizmo sektorių – didina šalies žinomumą, skatina ekonomikos plėtrą ir šalies turistinių objektų infrastruktūros bei paslaugų kokybės tobulinimą. Mokslinės literatūros analizė parodė poreikį plėtoti šalies turizmo paslaugų kokybę ir infrastruktūrą bei plėsti paslaugų spektrą.
2. Esminės rekomendacijos yra šios: sėkmingam Lietuvos atvykstamojo turizmo paslaugų tobulinimui reikalingas visų turizmo dalių sistemingas bendradarbiavimas. Būtinas aptarnavimo, maitinimo ir transporto sektorių paslaugų kokybės gerinimas, šalies infrastruktūros plėtojimas bei Lietuvos vardo populiarinimas pasauliniu mastu. Siekiant aukštų rezultatų svarbu darniai įgyvendinti Lietuvos turizmo plėtros 2016–2020 metų programos iškeltus tikslus ir uždavinius.
3. Įvertinus vartotojų požiūrį apie atvykstamąjį turizmą, tyrimo rezultatai rodo, kad pagrindinis turistų tikslas atvykti į Lietuvą – pažintinis-kultūrinis; vidutinė keliautojų lankymosi Lietuvoje trukmė – 7 dienos ir trumpiau; daugiausia respondentų naudojosi viešbučių paslaugomis; daugiausia turistų Lietuva sulaukė iš Baltarusijos, Vokietijos ir Lenkijos.

Literatūros sąrašas

1. Akmanavičiūtė, G. (2014). Atvykstamojo turizmo plėtra: Lietuvos atvejis. *Doctoral dissertation, Vilnius University*.
2. Armaitienė, A.; Grecevičius, P.; Vaidelys, A.; Labanauskaitė, D. ir kt. (2002). Turizmas. Kauno kolegijos leidybos centras.
3. Baležentis, A.; Paulauskienė, L. (2012). Eco–Tourism Development–from Promotion Towards Sustainability. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 31 (2).
4. Barkauskienė, K.; Barkauskas, V. (2012). Kauno regiono gyventojų turizmo produktų pasirinkimą lemiantys veiksniai. *Economics and management*: 17 (3), p. 936-943.
5. Gedeikaitė, A.; Švagždienė, B. (2012). Turizmo informacijos centro veiklos organizavimas stiprinant kaimo turizmo verslą Vilkaviškio rajone. *Mokslas ir praktika. Aktualijos ir perspektyvos*. Marijampolės kolegijos leidybos centras.
6. Grundey, D. (2008). Managing sustainable tourism in Lithuania: Dream or reality?. *Technological and Economic Development of Economy*, 14 (2), p. 118-129.
7. Labanauskaitė, D. (2011). Atvykstamojo turizmo įtakos regionų ekonominiam augimui vertinimas. *Management theory and studies for rural business and infrastructure developmen*t, (1), p. 25.
8. Lennon, J. J. (2003). *Tourism statistics: international perspectives and current issues*. Cengage Learning EMEA.
9. Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. (2017). *Lietuvos turizmo plėtros programa 2016-2020*. Prieiga per internetą: https://ukmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/turizmas/lietuvos-turizmo-pletros-programa
10. Lietuvos statistikos departamentas. (2016). *Turizmas Lietuvoje 2015.* Prieiga per internetą:
11. Markauskienė, A.; Gižienė, V. (2012). Atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai. *Economics and management*, 17 (3), p. 1003-1009.
12. Mehmetoglu, M. (2007). Nature-based tourists: the relationship between their trip expenditures and activities. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (2), p. 200-215.
13. Murphy, P. E. (2013). Tourism: A community approach (RLE Tourism). Routledge.
14. Statistikos departamentas prie LR Vyriausybės. (2017). Vilnius: *Turizmo pagrindiniai rodikliai*. Prieiga per internetą: http://osp.stat.gov.lt/
15. Vaškaitis, E.; Armaitienė, A. (2014). Turizmo inovacijų taikymo lietuvos turizmo versle prielaidos. *Tiltai*, 65 (4), p. 19-35.

КОММУНИКАЦИОННО-СЕТЕВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Хлебникова Алена

Запорожская государственная инженерная академия, Запорожье, Украина

Аннотация. Актуальность исследуемой проблемы в том, что коммуникационно-сетевая парадигма современного социума сегодня занимает социальное пространство в контексте научных парадигм условий

глоаблизации. Информация и коммуникация приобретают онтологическое и гносеологическое значение. **Центральная проблема данного исследования** – раскрыть сущность коммуникационно-сетевого пространства, обеспечивающего развитие системных качеств социума. В условиях глобализации коммуникационно-сетевая парадигма современного социума выделяется в самостоятельную область знаний, науку, имеющую свой предмет изучения, свои специфические проблемы и подходы к их решению. В нем соединяются три ветви эволюции – природная, социальная и деятельностная**. Задача исследования** – проанализировать научные основы коммуникационно-сетевой парадигмы, которая составляет всю сумму знаний о социальной коммуникации, представленной в виде концепций, теорий, принципов, способов и форм общения и управления. С появлением Интернета, возникает новая коммуникационно-сетевая система, которая начинает формировать собственную культуру общения, базируясь на концепциях виртуальных технологий, которое в последнее время все чаще заменяют прямую коммуникацию и становятся неотъемлемой частью жизни современного человека в эпоху информационной цивилизации. **Методологической основой исследования** является синергетический подход, в контексте которого новые реалии коммуникационно-сетевого общества требуют синергетического осмысления, которые в значительной степени трансформируют социальные аспекты бытия человека и общества**.** Информационный подход к анализу социума исходит из синергетического, нелинейного видения путей разрешения общецивилизационных проблем. **Делается вывод**, что благодаря синергетическому подходу в контексте развития новых коммуникационных сетей и информационных потоков происходит синергия информационно-сетевого общества.

Ключевые слова: информационное общество, коммуникационно-сетевая парадигма, коммуникация, социосетевой капиал, синергетический подход

Введение

Актуальность исследования коммуникационно-сетевая парадигма развития современного социума в условиях глобализации обусловливается следующими причинами. Во-первых, это обусловливается теми кардинальными изменениями, которые происходят вследствие становления нового типа общества, именуемого информационным. Информационная составляющая этого общества играет приоритетную роль во всех сферах жизнедеятельности - социальной, экономической, политической, культурно-духовной. Именно информационная составляющая влияет на формирование конкурентоспособного потенциала государств, который изменяет облик общества, государства и человека. Во-вторых, информационное развитие социума придает человеческому развитию новых качеств, сеансов и измерений, которые затрагивают глубинные концепты, как идентичность, социальное взаимодействие, коммуникации. Информатизация способствует обеспечению оптимальных условий человеческого развития и внедрения эффективных демократических процедур. В-третьих, информационное общество с его модернизационным потенциалом может стать для Украины тем спасательным элементом, который поможет Украине выйти с круга «догоняющих государств» в мировом разделении труда и обеспечить себе достойное место в среди стран-лидеров. Достижение этой цели требует системной целеустремлённой работы относительно модернизации большинства сфер украинского социума.

Проблема исследования - коммуникационно-сетевая парадигма развития современного социума в XXI столетии, которая выражается такими категориями, как информация, информационное общество, коммуникационно-сетевая парадигма, коммуникация, социосетевой капиал. Данная парадигма недостаточно изучена в научном мире и требует своего углубления.

Цель исследования – проанализировать коммуникационно-сетевую парадигму современного социума, которая направлена на становление информационной природы общества в условиях глоаблизации; выявить сущность коммуникационно-сетевоого пространства как исторически сформировавшуюся количественно-качественную реальность, обеспеченную средствами глобализационных связей; раскрыть условия становления коммуникационно-сетевой парадигмы развития современного социума, в основе которых стремительное развитие информации, глобализация коммуникативно-сетевого пространства, переход к новой экранной культуре.

Результаты исследования

Коммуникационно-сетевая парадигма современного социума в условиях глобализации направлена на становление информационной природы общества, в рамках которой управленческий труд, оказывается более полезным и эффективным. В центре коммуникационно-сетевой парадигмы общества - понятия «информации», «сети», «коммуникации», которые включают в себя систему форм, представленных как целостное понятие, отображающих пути становления данных теоретических систем. В настоящее время коммуникационно-сетевая концепция переживает некую трансформацию, связанную с системами электронных коммуникаций, что приводит к «революции общения в сети». В контексте данного исследования «сеть» представлена как понятие, обозначающее многообразие связей и взаимодействий, содержащее в себе все виды и способы общения. Коммуникация в сети представляет собой социальный процесс, отражающий общественную структуру и выполняющий в ней связующую функцию. Поскольку коммуникация в сети также многообразна по своим определениям, как и общение, мы выделяем ее черты в контексте различных философских теоретических традиций. Понятия «общение» и «коммуникация» являются аналогичными, а элементом, соединяющим их смысловые значения, является понятие «информация». С одной стороны, общение - это процесс, имеющий ярко выраженный информационный характер, а с другой стороны, не существует коммуникации вне процессов общения, которое связывает всех информацией. Коммуникационно-сетевое пространство в условиях глобализации - это совокупность общественных отношений, совокупность символических отношений между человеком и окружающей его действительностью (природной и социальной); что упорядочивает жизнедеятельность социальных агентов и

формирование внутренней структуры общества. Коммуникационное пространство актуализируется как сфера, внутри которой располагаются взаимосвязи, обеспечивающие системные качества социума (связь между статусом, ролью, образом жизни, ценностями, нормами, ожиданиями, идеями, а также связи, возникающие в результате взаимодействия). Предметы и явления, в том числе и человек, располагаются в данной сфере согласно ее законам функционирования и взаимодействия.

Коммуникационно-сетевое пространство в условиях глобализации - это исторически сформировавшаяся количественно-качественная реальность, обеспеченная средствами связи, характеризующая наибольшую меру доступности не только для личности, но и для общества в целом. Если общество - это продукт взаимодействия отдельных индивидов, социальных групп и общностей, то коммуникационно-сетевые взаимодействия - это процесс воздействия на общество информации, посредством различных видов коммуникаций и их отражение в общественном сознании. Понятие «коммуникационно-сетевой парадигмы» современного социума» позволяет масштабно и ёмко обозначить смысл и основной вектор происходящих в современном мире трансформаций. Коммуникационно-сетевая парадигма современного социума означает сущность такого процесса, в котором соединяется три ветви эволюции – природная, социальная и собственно деятельностная, в центре которой самосовершенствование общества и человека как целостного существа благодаря информации и коммуникации. Информационно-коммуникативный подход к анализу социума исходит из синергетического, «нелинейного» видения путей разрешения общецивилизационных проблем (Кастельс,2000, с.46-57). Именно в этом случае возможен действительно сценарий перехода от «техногенной» модели развития современного социума, где человек противопоставлен природе, «машинный мир» - «естественному», к коэволюционной модели их сосуществования и взаимодействия. Практика свидетельствует, что человечество находится на пороге «взрыва духовности» хотя бы потому, что впервые в истории человечества сложилась беспрецедентная ситуация, когда мир оказался на грани выживания и духовной катастрофы. Синергия в обществе в условиях глобализации увеличивается в результате усложнения системы производительных сил, появлении новых элементов (в частности, знания, информации), их комплексного взаимодействия, появления качественно новых типов и форм собственности; взаимодействия с существующими формами развития более совершенных форм хозяйственного механизма, технико-экономических отношений; оптимального соединения всех отношений в целостную экономическую систему при наличии совершенной системы правовых, социальных, политических, культурных, духовных, идеологических отношений. При отсутствии рациональных подсистем надстроечных отношений синергия коммуникационных систем уменьшается. Поэтому синергический подход использует комплексный учет связей разных уровней

и форм между элементами коммуникационной системы, развитие которых усиливает их целостность, способствует повышению эффективности и возможности многовариантного развития с учетом статистических и динамических законов и закономерностей. Синергический подход использует комплексный учет связей разных уровней и форм между элементами коммуникационной системы, развитие которых усиливает их целостность, способствует повышению эффективности и возможности многовариантного развития с учетом статистических и динамических законов и закономерностей. На пути реализации этой стратегической цели в условиях глобализации важно осознать необходимость как рационально-конструктивной основы социума, которая формирует целостность материального и духовного мира, природы и общества, так и энтропийной (деструктивной, хаотической), которая отрицательно влияет на первую, стимулируя поиск более эффективных структур, усовершенствования организационной реконструкции и усиления взаимодействия между всеми сферами жизнедеятельности. Этот новый существенный информационный фактор в недалеком будущем изменит не только социальную структуру общества, но и базовые ценности и моральные нормы. Сегодня эффективность информации в социализации общества основывается на основе существующих современных социальных групп, таких как новая элита - нетократия, для которой свойственно эффективно «создавать связи», контролировать информационную сеть, управлять новыми формами коммуникаций (Хлєбнікова, 2014b, с.494-505).

Для формирования условий становления коммуникационно-сетевой парадигмы развития современного социума необходимо стремительное развитие информации, глобализация коммуникативно-сетевого пространства, переход к новой экранной культуре, которые влияют на специфику общения, формы связи между людьми, характер ценностно-мировоззренческих установок и восприятия мира. Известный представитель киберпространства М. Кастельс для объяснения влияния информации на современное развитие ввел понятие «информационализм». Согласно М. Кастельса (2000), благодаря становлению и развитию информационно-коммуникативной парадигмы современного социума в контексте синергетического подхода происходит развитие новых коммуникационных сетей и информационных потоков в экономике, обществе, культуре. Фундаментальное значение появления локализированных коммуникационных сетей связано с тем, что они трансформируют не только пространственную, но и временную организацию социального бытия, вызывают к жизни новые формы взаимодействия индивидов. В результате этих процессов формируется новое социокультурное пространство, в котором человек имеет выход на все времена и пространства одновременно. Все это говорит о том, что концептуализацию коммуникационного процесса в условиях глобализации следует понимать как аутопоэтическую (самоорганизационную) систему, которая рождает не только свои структуры, но

и отдельные элементы. Информационная культура современного общества использует информационно-коммуникационные технологии как новый канал воспроизводства символического мира, как и коммуникация благодаря посредничеству образов и символов.

В основе формирования коммуникационно-сетевой парадигмы развития современного социума в условиях глобализации - социальная сеть как концепт информационно-сетевого социума, которая представляет собой симбиоз социальной и технической реальности. Она создает многообразные коммуникативные конфигурации, которые компенсируют высокую информационную плотность современного общества и осуществляют все виды коммуникации на всех уровнях: вербальном, аудиовизуальном, языковом. Феномен доверия есть основой социабельности и дает возможность субъекту поддерживать опередленное число контактов. В результате эффективного функционирования сети создается социосетевой капитал, который содействует социализации пользователя и удовлетворению профессиональных, деловых, коммерческих интересов, что повышает уровень информационной культуры и эффективности сетевой коммункации.

Социальная сеть как концепт коммуникационно-сетевой парадигмы развития современного социума в условиях глобализации есть фундаментальной составляющей информационного общества Для социальной сети главное это формирование **социосетевого капитала,** который есть составляющкй информационного общества и рыночной экономики. Социосетевой капитал – это набор неформальных ценностей и норм, которые есть общими для некоторой социальной группы и создают возможности для сотрудничества. Социосетевой капитал имеет значение только тогда, когда эти ценности становятся общественным приобретением и используются широким кругом индивидумов, то есть он есть характеристикой информационно-сетевого общества и больших групп, которые вступают в коммункатвиные связи.

Социальные сети как основа информационно-коммункативного пространства в условиях глобализации представляют собой универсальный социальный механизм, который формирует модель относительной социальной и группвой солидарности и модель личности будущего смарт-общества. Ценностный аспект сетевой коммункации проявляется в том, что сети способствуют диффузии инноваций, которые охватывают культурную, научно-инновационную, политическую и экономическую сферы современного информационно-коммуникативного социума и способствуют конструированию кульутры коммуникацинного пространства. Сетевые коммуникации сегодня представляют не просто теоретический конструкт, а эмпиричскую реальность, в которую втягиваются миллионы. Сетевые коммуникации разворачивают динамику электронного обмена информацией, которая углубляется в информацилнно-коммункативном пространстве. Взаимодействие субъектов сетевой коммуникации отражает новое качество информационно-

коммуникационного бытия, что обусловлено специфическими функциями социальных сетей. Сеть выступает универсальным способом структруирования информационно-коммуникативного пространства, суть которого в том, чтобы содействовать созданию большого количества узлов информационного пространства, в который втянуты миллионы людей, которые есть социальными акторами. Поэтому сеть должна быть гибкой, взимоперестариваться, обогащать людей информацией, которую следует ранжировать, относиться к ней объективно, не все принимать на веру. Соответственно сеть есть системой, которая соединяет каналы связей людей, которые группируются в социальные группы по интересам.

Наиболее важной характеристикой сетевой коммуникации, которая есть составляющей информационно-коммуникационной парадигмы, есть создание **социального капитала** в контексте функционирования социальной сети в условиях глобализации. Социальный капитал выражает формы и методы работы в сетевой коммуникации, то есть потребности, цели, интересы и мотивы участников коммуникации, а свойства приналежности к социальной сети раскрывают динамику информационных потоков и потенциальную бесконечность роста системы, ее эмерджентность, что усиливает данный эффект. Социальный капитал может проявлять себя в качестве особенного вида реальных и потенциальных ресурсов. Форму коммуникации зависят от геометрической конфигурации социальных актеров взаимодействия, от меры реализации и накопления социального капитала, от информационной содержательности. Социальная сеть, которая владеет в тоже время конструктивнм потенциалом в динамике информационных потоков, безусловно приобретает аксиологический статус в современном информационном обществе. Ценностным аспектом в данном случае выступает свободная горизонтальная коммуникация и самоорганизация сети, что и определяет ее энтропийность. Все участники сетевого сообщества ратуют, прежде всего, за свободу слова, не ограниченную статусными границами и ценят право выбирать свободно формы общения и организационные структуры для достижения эффективного взаимодействия и генерации идей.

Современный мир в условиях глобализации во всей своей многогранности есть единым, его части взаимосвязаны, потому что глобализация есть взаимодействие, в процессе протекания которого все части взаимосвязаны. Глобальный мир единый и многообразный, поэтому чем сильнее тенденция к единству, тем ярче проявляется многообразие культур, образов и стилей жизни, социальных ценностей (Хлєбнікова, (2014а). В современную эпоху человечество приобретает единство не только со стороны как антропологического и биологического вида, но и как социального, который объединяется в целостную всесмирную социальную систему, обогащенную разнообразными культуарми в процессе взаимодействия между народами и цивилизациями. В результате определения культурой информационно-коммуникационной сети

формируется единое сетевое пространство, в основе которого коммуникация и общение как главные феномены XXI века.

Выводы

1. В глобальном информационно-коммуникационном пространстве мир и общество разворачиваются сквозь призму коммуникации, что получило название «глобальная революция в общении».
2. Современный этап развития цивилизации характеризуется увеличением роли информации в жизни общества, которое в научном мире получило название информационного или информациологического (сетевого) общества.
3. Современный информационный мир, информационализм и экономика полностью зависимы от сетей и создаются современными информационными технологиями, что в целом составляет информационно-коммуникативную парадигму современного социума.

Список литературы

1. Кастельс, М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУВШЭ.
2. Хлєбнікова, А. А. (2014a). Методологія аналізу комунікаційного менеджменту як системи зворотних зв'язків державного управління. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 57, с. 80-89.
3. Хлєбнікова, А. А. (2014b). Комунікативний діалог влади і громадянського суспільства як основа формування концепції комунікативного менеджменту. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 59, с. 278-285.

MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos

Mokslinių straipsnių rinkinys

Elektroninis leidinys 2017-06-30.

Lietuvos sporto universitetas. Kaunas: LSU, 2017. 279 p. ISSN 2345-007X