

ПРОБЛЕМА ВИКОРИСТАННЯ СИМВОЛІВ В РЕКЛАМІ: ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ПРОСТОРУ

The two characteristic laws of the symbolical validity are considered: the law of connection of symbols and law of fetish of symbols given in this article. The importance of existence of symbols in social sphere, economy and politics is proved. The features of advertising of the domestic goods are analyzed.

The conclusion is that production made in Ukraine, should be both national under the contents and high-quality.

The tasks of development of a symbolical line are put which have to answer national mentality and improve efficiency of perception of advertising.

В даній праці розглядається два найхарактерніших закони символічної дійсності: закон приєднання символів і закон фетишизації символу. Також було розглянуто і доведено доречність і важливість існування символів у соціальній сфері, економіці і в сфері політики. Була проаналізована реклама українських товаровиробників. Зроблено висновок, що продукція, виготовлена в Україні повинна бути як національною за змістом, так і високоякісною за суттю. Були поставлені завдання розробки знаково-символічного ряду, який відповідав би національній ментальності, що покращило б ефективність сприйняття реклами.

Ключові слова: символ, реклама, символічний образ, закони символічної дійсності, символічний персонаж.

Ми живемо в світі, в якому кожна реальна фізична дія може мати символічний зміст. Вставання при появі старшої людини чи жінки – характерний момент ввічливості. Чи: аплодування по закінченні вистави у театрі – ознака вдячності глядачів за хорошу гру акторів. Перші відвідини людиною дому, де нещодавно народилось немовля, із солодощами – данина традиції українців, згідно з якою перші подарунки дитині мають бути (як і усе наступне життя) солодкими. Усе це – символічна поведінка, подарована нам минулим.

До того ж, слід зауважити, що у кожного народу вона відзначається своєрідністю, а іноді і суперечністю між різними культурами. Для прикладу, популярний жест, котрий використовують майже у цілій Європі у випадку, коли хочуть сказати, що хтось є божевільним: постукування вказівним пальцем біля скроні. В Голландії цей знак означав би: “Як розумно!”[4].

У сучасному світі ми активно користуємось ЗАКОНОМ ПРИЄДНАННЯ СИМВОЛІВ: краса, мужність, надійність, могутність (в залежності від того, що нам потрібно) одного об'єкта переноситься на інший. Так, партія “Реформи і порядок” Віктора Пинзеника взяла за символ бджолу, апелюючи до загальновідомого факту щодо її працелюбності і наполегливості, намагаючись також бути схожою на неї. Прикладом також може бути поширеність європейських символів на країни Сходу: сьогочасної універсальності костюму ділової людини при сорочці і краватці, як відомо, на східних теренах ще століття тому не було.

Усе вищезгадане є прикладом наявності символів у **соціальній сфері**. Але це лишень одна із трьох сфер, в яких символи мають своє місце.

Цей ж самий закон ми спостерігаємо у другому середовищі – *економіці* при продажу рекламного продукту. Якою високоякісною не була б продукція, для успішного продажу товару необхідний чіткий образ. Інформаційно змістовні візуальні динамічні образи стають для потенційних покупців більш привабливими, ніж детальні книгоописання. Наприклад, якщо у вас є 50 видів кави, то розрізнити їх можуть лише спеціалісти, і то в кращому випадку. Споживачі ж їх практично не розрізняють, що і підтвердили численні експерименти: в одному з них жінки не розрізняли тип порошку, або в іншому – чоловіки типів сигарет, пива. Але ми все одно купуємо котрусь одну марку, свою улюблену. Звідки ж вона береться? Візьмемо для прикладу рекламу “МММ”. Її автори ішли не від товару, а від людини, її психології. Точкою відліку був пошук оптимальних форм і прийомів впливу на людську психіку. Віковічна філософська дилема: що рухає людиною і суспільством – розум чи почуття, була вирішена просто і однозначно: людина істота ірраціональна, вона готова повірити в те, що буде їй запропоновано. І “прибутковість пірамід” – черговий суспільний стереотип, під яким приховані почуття страху і потреба вірити, котрі домінують у масовій психіці. “МММ” став тим об’єктом віри, авторитетом, котрий і був навіяний споживачу – суспільству, частина якого до сих пір ще хворобливо переживає втрату попередніх ідеалів.

Але чи може вважатись класичним прикладом реклама, розрахована на шизоїдне сприймання? Скоріше, такий тип психіки є об’єктом не реклами, а ідеології, методи і заходи котрої активно використовувались рекламистами “МММ”[2].

На сьогоднішній день вкрай недовірливому і неодноразово обдуреному покупцеві пропонує дещо інший підхід. Продукт йому можна продати лише за рахунок того СИМВОЛІЧНОГО ОБРАЗУ, який в нього вноситься, іншими словами, його ІМІДЖУ. “Кемел” рекламує свої сигарети одним способом, “Лакі Страйк” – іншим. Тобто, в наборі ОБ’ЄКТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ + СУБ’ЄКТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ми купуємо в першу чергу суб’єктивні.

Третім таким середовищем існування символів є *сфера політики*.

Так, останні парламентські вибори в Україні увібрали в партії велику кількість відомих акторів. Їхня популярність допомагала прощтовхувати популістські, у багатьох випадках, ідеї цілих партій.

Для соціології проблематика символів також не є новою. Так, значне місце у “Системі соціології” Пітіріма Сорокіна присвячено символам. Вчений вводить закон фетишизації символічних провідників. Соціолог пише: “Візьмемо для прикладу прапор полку. Це, за своєю природою предметно-кольоровий провідник: частина матерії, прикріпленої до палки. Але, фігуруючи довго в якості емблеми полку, його честі і гідності, чи в якості емблеми революції – її цінності, святості і т.д. – він мимоволі починає здаватись чимось самоцінним, святим і самодостатнім. В ньому перестають бачити просто матерію, а починають приписувати йому, як такому, особливу цінність. Це підтверджується тим, що люди помирають за прапор – на полі бою, на барикаді, помирають, щоб не віддати його ворогу”[3].

Отже, щойно ми розглянули два найхарактерніших закони символічної дійсності:

а) *закон приєднання символів*, у відповідності з яким символічні властивості одного об’єкта переносяться на інший.

б) *закон фетишизації символа*, виведений раніше Пітірімом Сорокіним [3].

Чому ж саме символ є таким необхідним і важливим? Є щонайменше три площини, де може знаходитись відповідь на це запитання.

По-перше, символ полегшено проходить по комунікативних теренах будь-якого типу. Символ є спрощеним образом продукту, корпорації чи партії. Щоб уникнути небажаних ефектів, він має бути простішим, ніж об’єкт, який він репрезентує. Найбільш ефективним є той імідж, який не є складним та швидко запам’ятовується [1].

По-друге, символ приваблює, а це допомагає сформувати образ товару яскравим і конкретним. Він краще працює, якщо апелює до почуттів, швидко сприймається, коли

зосереджується на певних рисах і яскраво подає одну або декілька характерних ознак товару. А це особливо важливо для реклами, перед якою стоїть завдання обійти фільтр неуваги, фільтр недовіри, котрий закладений у кожному з нас. Ми зайняті тим, що з усіх сил захищаємось від нових повідомлень, чому ж ми повинні якимось по-особливому віднестись саме до цього? [3]

По-третє. Символ має більше шансів закріпитись в довготривалій пам'яті. Ми не просто ковзаємо по ньому поглядом, а реагуємо і запам'ятовуємо.

А тепер погляньмо, що ми маємо в рідній державі. Чітким і однозначним символом України є тризуб. Цей знак походить ще від індійського бога Шіви, в якого він символізував пасивність, інерцію і активність. Широко відомий тризуб у грецькій міфології як невід'ємний атрибут Посейдона – бога землі, конярства і мореплавства (як і ознака заступництва Нептуна над морями у римлян).

Ще однією широко відомою характерною рисою українськості є родючі і збагачені мінералами чорноземи. Недаремно однією з основних причин постійних зазіхань і загарбань з боку інших держав були розкішні землі спочатку Київської Русі, а згодом і незалежної України.

Подивимось на рекламу українських товаровиробників. Сорти пива популярних фірм “Колос” та “Світоч”, соки “Галичина” – усе це високоякісні, виготовлені абсолютно на натуральній основі продукти, котрі можуть гідно конкурувати із західними на світовому ринку. І тому в устах їхньої реклами слова: “Підтримуйте національного товаровиробника – купуйте лише вітчизняну продукцію” звучать і патріотично і професійно. Не можемо ми сказати подібного про, скажімо, виробників “Газелей”, DAEWOO, чия продукція далеко не відповідає встановленим світовим стандартам. Щоб потенційні покупці повірили у її надійність, даним рекламотворцям необхідно зауважувати, що усі або більшість із комплектуючих у даному автомобілі є виготовлені за кордоном. Але чи підніме це престиж національного машинобудування?

Отже, ми приходимо до висновку, що продукція, виготовлена в Україні, повинна бути не лише національною за змістом, але й високоякісною за суттю. Хто ж захоче купувати погане вітчизняне, коли поряд лежить хороше, проте “західне”?

На завершення повернімось до *законів символічної дійсності*, виділених нами раніше. Що стосується першого з них, то широко розповсюдженням його застосуванням на теренах рідної держави ще не можемо похвалитись. Немає у нас свого “страхопудливого жучка”, як у випадку із знаменитим “Жуком” фірми “Фольксваген”. Але судячи з потенційних можливостей працівників Львівського автобусного заводу (ЛАЗу), таке є можливим – українське “Пежо” не міф, а реальність. Не існує ще також вітчизняного “МакДональдсу”, хоча усім нам добре відоме мистецтво багатівікової української кухні. Чого ж нам не вистачає? Не народився ще український Рей Крок? Далі. За винятком передвиборчої реклами партій, про яку вже йшла мова, реклама українського товару ще не створила свого *символічного персонажу* (як, для прикладу, в США – реальний чоловічина “Мальборо”).

А тепер щодо другого закону. Українська пісня як символ співучості і мелодійності нації, кетяг червоної калини як ознака добробуту народу, вишивана сорочка і плачуча верба, – усе це символічний світ нашої держави. Кожен із них в різні часи нашої історії був своєрідним фетишем (як для прикладу гетьманська булава – символ влади, сили і могутності її володаря). На сьогоднішній день про Україну знають, як про 52-ох мільйонну державу, котра має непоганий київський ФК “Динамо”, блискучих боксерів братів Кличків, чудових гімнасток Лілію Подкопаєву і Катерину Серебрянську. Звичайно, це чудово. Але у світі, крім спорту є й інші речі. Мистецтво і культура, промисловість і література українців світовому загалу (а ми ж повинні мислити і діяти масштабно) відома або хибно, як російська, або невідома взагалі. Над розробкою цього і потрібно працювати найближчим часом. Реалізація таких заходів у створенні рекламного продукту дасть можливість створити елементи національного рекламного простору.

Рекламний простір, який відповідає національній ментальності відображає знаково-символічний ряд, притаманний українському народу, підвищує сприйняття реклами і покращує її ефективність.

Література:

1. Королько В.Г. Основи публік рілейшнз: Посібник. – К: Інститут соціології НАН України, 1997. – 334 с.
2. Мирошниченко С. Рекламная стратегия финансовых пирамид // Бизнес-информ № 9, 1997. – С.49-50.
3. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. – К: Принт Сервис, 1997. – 332с.
4. James W. Vander Zanden. Sociology, the core. – 3rd ed., 1993.

Коваліско Н.В.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ ТРУДОВОЇ МОБІЛЬНОСТІ В УМОВАХ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ

In the article the sociological aspects of labour mobility under condition of the regional labour market are investigated. The special attention on main methodological principles for sampling and its representativity verification.

У статті досліджуються соціологічні аспекти трудової мобільності в умовах регіонального ринку праці. Особлива увага зосереджена на обґрунтуванні основних методологічних принципів побудови вибірки та оцінка її репрезентативності.

Ключові слова: трудова мобільність, вибіркова сукупність, ступені відбору одиниць спостереження.

Процеси, що відбуваються в економіці країни вже близько десяти років, вкрай змінили життя людей. Попри все, це викликало ще й потребу у статистичній інформації, яка б адекватно відображала ці зміни не тільки на рівні держави, але й на рівні окремої особи, домогосподарства, тобто є найдрібнішої клітини не тільки суспільного, а й економічного життя. У домогосподарстві відбуваються як виробництво, так і кінцеве споживання товарів та послуг. У ньому відбуваються різноманітні процеси, пов'язані з особистим життям людини. При найменших коливаннях рівня економічного розвитку країни, домогосподарства відразу ж відчувають це на собі. В період великих економічних спадів, домогосподарство (через окремих своїх членів) зазнає найсильніших ударів. Економічний рівень життя населення, взаємовідносини людини та влади, соціальне самопочуття суспільства є відзеркаленням процесів, що відбуваються в державі. Через певний час ці чинники починають впливати на економічні та суспільні відносини на макрорівні. Тому вивченню різних сторін функціонування домогосподарства надається великої ваги у багатьох країнах світу. Отримана від домогосподарств інформація дозволяє приймати на державному рівні обґрунтовані рішення з різних проблем.

За часів Радянського Союзу статистичними органами постійно провадилося обстеження бюджетів сімей. З інших питань обстеження провадилося нерегулярно.

Суспільно-економічні процеси, що відбуваються в Україні, викликали необхідність проведення обстеження населення з різних проблем: соціальних, економічних, політичних, демографічних, медичних тощо. Не зважаючи на важливість всіх обстежень, на перший план вийшли обстеження з соціально-економічних питань. У першу чергу, це обстеження з питань доходів і витрат домашніх господарств та економічної активності населення, які зараз постійно провадяться Держкомстатом України. Попри різну спрямованість, ці обстеження (а також і інші, які стосуються домогосподарств) мають спільну проблему, а саме – формування вибіркової сукупності і наступної обробки отриманих даних.

Суттю проблеми є наявність необхідної інформаційної бази для формування вибіркової сукупності та розробка відповідної методології реалізації всіх етапів вибіркового обстеження. Зараз інформаційною базою є або матеріали перепису населення 1989 року (обстеження економічної активності населення), які застаріли, або взагалі використовується вибірка, створена за часів СРСР за суспільно-класовим принципом (обстеження бюджетів сімей). Використання цих підходів суттєво впливає на якість

Коваліско Наталія Володимирівна – кандидат соціологічних наук, асистент кафедри соціології економічного факультету Львівського національного університету ім.Івана Франка (т.: (0322) 74-23-82)

даних та кінцеві підсумки обстеження.

В умовах відсутності надійної інформаційної бази (з урахуванням необхідності мінімізації вартості робіт) у міжнародній практиці при проведенні таких обстежень засобом формування вибіркової сукупності домашніх господарств є процедура багатоступеневого розшарованого відбору з ймовірністю, пропорційною розміру (PPS). Ця процедура і покладена в основу формування в Україні нової вибіркової сукупності домашніх господарств.

Основні особливості нової вибірки такі:

- вибірка є територіальною (одинацями відбору на перших ступенях є території);
- вибірка є ймовірнісною (використовуються методи ймовірнісного відбору);
- всі домогосподарства генеральної сукупності мають рівну ймовірність потрапити у вибірку.

При цьому територіальні одиниці відбираються з ймовірністю, пропорційною розміру (чисельності населення). Домогосподарства відбираються за допомогою випадкового відбору по списках домогосподарств.

Алгоритм відбору включає такі основні етапи:

1. виключення територій, які не можуть бути обстежені;
2. розшарування одиниць генеральної сукупності;
3. відбір одиниць першого ступеню;
4. відбір одиниць другого ступеню;
5. відбір одиниць третього ступеню.

При формуванні вибірки до територій, які не можуть бути обстежені, віднесені території першої або другої зони радіоактивного забруднення внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС (зона відчуження та зона безумовного (обов'язкового) відселення). Виключення інших територій (в тому числі і гірських територій) не є бажаним, бо це негативно вплине на рівень репрезентативності результатів обстеження.

При проведенні розрахунків із загальної чисельності населення України виключається населення, що проживає у першій або другій зоні радіоактивного забруднення, та інституційне населення (військовослужбовці строкової служби; особи, які знаходяться у місцях позбавлення волі; особи, що постійно проживають у будинках-інтернатах, будинках пристарілих тощо).

Розшарування (стратифікація) одиниць генеральної сукупності при відборі домогосподарств здійснюється з метою адекватного відображення у вибірці основних особливостей адміністративно-територіального поділу країни, а також забезпечення відбору з більш однорідних за основними характеристиками груп. Відповідно цьому, сукупність розбивається на шари, які відповідають регіонам України. В межах вказаних шарів виділяються два підшари – міські населені пункти та сільські населені пункти. Домогосподарства, що підлягають обстеженню, розподіляються по шарах та підшарах пропорційно кількості населення.

На першому ступені відбору здійснюється відбір міст та районів з сільським населенням. При цьому територіальні одиниці з розміром (чисельністю населення) вище встановленого порогу (порогу саморепрезентативності) включаються у вибірку з ймовірністю, рівною одиниці. При цьому чисельність населення міст включає чисельність всіх населених пунктів, які підпорядковані відповідній міськраді.

Для відбору саморепрезентативних територіальних одиниць (наприклад, населених пунктів, районів та інш.), що попадають до вибірки з ймовірністю, яка дорівнює одиниці, визначається порогове значення чисельності домогосподарств у такій одиниці. Оскільки спочатку невідома кількість територіальних одиниць, які необхідно відібрати, порогове значення визначають виходячи з обсягу вибірки та заданої кількості домогосподарств, що обстежуються одним інтерв'юєром (навантаження інтерв'юєра). Тоді порогове значення чисельності домогосподарств в територіальній одиниці визначається умовою повного завантаження одного інтерв'юєра при обстеженні даної одиниці. Якщо кількість

домогосподарств є більшою за цей поріг або дорівнює йому, то така територіальна одиниця обов'язково попадає в вибірку (саморепрезентативні територіальні одиниці). Якщо ж кількість домогосподарств є нижчою за поріг саморепрезентативності, то така територіальна одиниця може увійти до вибірки з ймовірністю, пропорційною до її розміру (чисельності населення).

При формуванні нової вибіркової сукупності порогове значення чисельності населення міста, щоб воно обов'язково було представлено у територіальній вибірці, дорівнює 118,1 тисяча чоловік. Тобто міста з чисельністю населення більше граничної, обов'язково будуть включені до територіальної вибірки. (Умовно такі міста називають "великими", а всі інші міста та смт – "малими" містами).

Несаморепрезентативні територіальні одиниці відбираються так, щоб одна така одиниця репрезентувала під час обстеження групу з чисельністю, рівною порогу саморепрезентативності. Відбір несаморепрезентативних одиниць здійснюється окремо по кожному шару.

Для малих міст в межах кожної області складається їх перелік, ранжований в порядку зменшення чисельності населення. Кількість малих міст, які треба буде відібрати у кожній області, визначається діленням загальної чисельності домогосподарств всіх малих міст кожної області на поріг саморепрезентативності. Після округлення кількості міст до цілого значення визначається величина інтервалу (крок) відбору. Вона дорівнює загальній чисельності населення малих міст по кожній області, яка поділена на кількість відібраних міст.

Процедура відбору районів з сільським населенням аналогічна процедурі відбору малих міст. Відмінністю є тільки упорядкування районів, яке здійснюється не в порядку зменшення чисельності населення, а за принципом "географічного серпантину".

Необхідно відзначити, що ранжування за чисельністю передбачає наявність помітних розбіжностей явищ, що вивчаються, в одиницях різного розміру і метою його є включення до вибірки як одиниць більшого, так і одиниць малого розміру. Упорядкування же за принципом "географічного серпантину" задовольняє вимозі рівномірного з географічної точки зору розміщення по території одиниць вибірки, та забезпечує зменшення витрат при необхідності обстеження декількох територіальних одиниць одним інтерв'юєром.

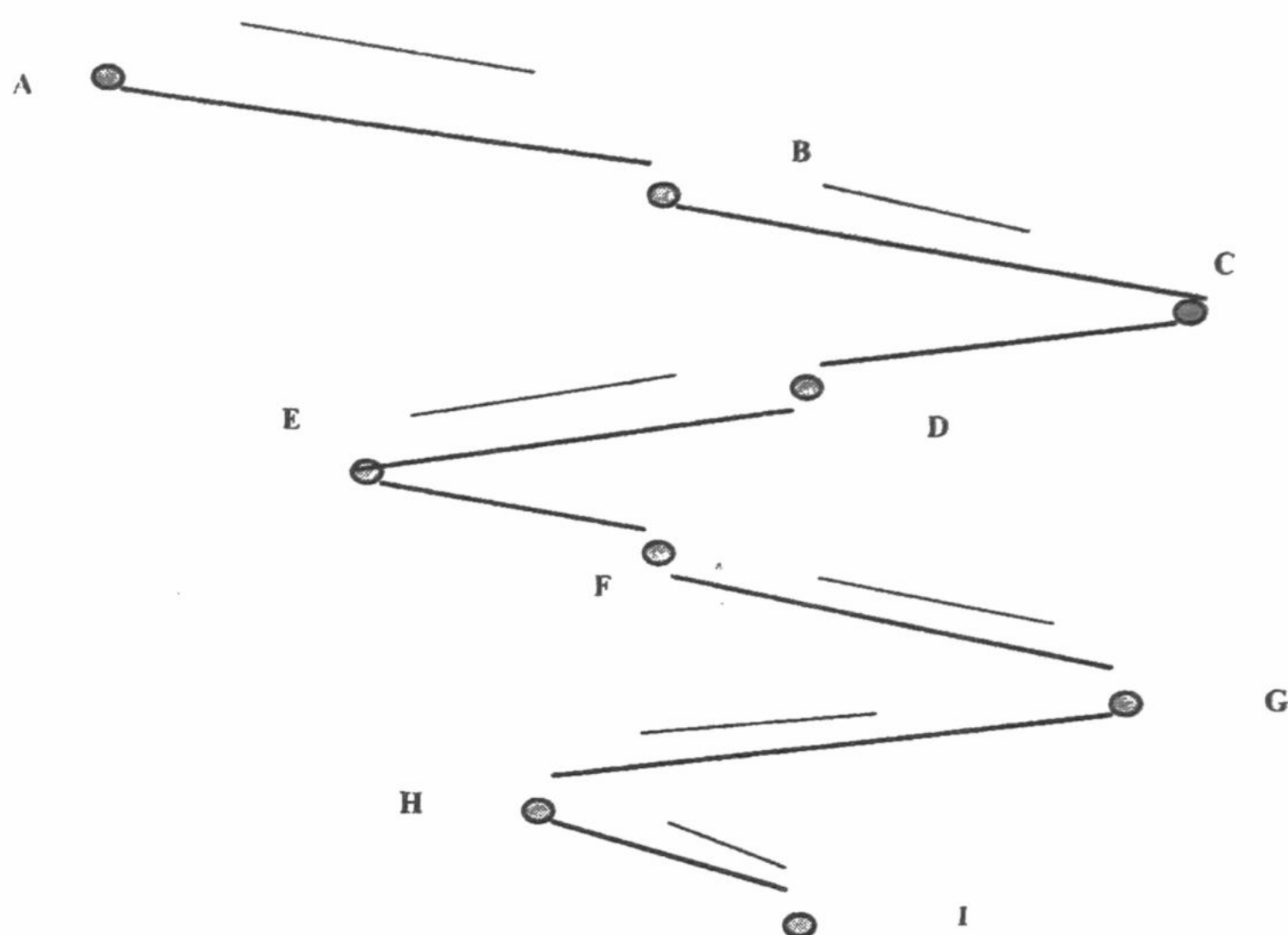
На другому ступені відбору відбираються первинні територіальні одиниці вибірки (ПТОВ): у містах це виборчі ділянки, у районах з сільським населенням – сільські Ради. ПТОВ відбираються за такою ж схемою, як і первинні одиниці – саморепрезентативні з ймовірністю, що дорівнює одиниці та несаморепрезентативні з ймовірністю, що дорівнює одиниці та несаморепрезентативні з ймовірністю, що пропорційна розміру. На другому ступені одиниці відбору упорядковуються за принципом "географічного серпантину" (див. мал.1).

Необхідність проведення обстеження на вибірці протягом певного часу ставить вимоги до мінімального розміру одиниць відбору. Кількість домогосподарств в одиниці відбору повинна забезпечувати повну завантаженість інтерв'юєра протягом усього терміну експлуатації вибірки. Невиконання цієї умови може призвести до необхідності об'єднання декількох виборчих ділянок або сільських Рад у одну ПТОВ.

На третьому ступені відбору відбираються домогосподарства, які будуть приймати участь в обстеженні. Для відбору домогосподарств по кожній ПТОВ, що попала до вибірки, необхідно мати повний список адрес домогосподарств. Конкретні домогосподарства відбираються по вказаних списках з використанням методів систематичного відбору [1, с.2-4].

Держкомстат України завершив формування нової вибіркової сукупності домогосподарств. Основними вимогами до вибірки була необхідність забезпечення її функціонування протягом п'яти років для двох обстежень (умов життя населення та економічної активності населення) та забезпечення репрезентативності даних на

державному рівні.



Мал. 1 Упорядкування територіальних одиниць вибірки за принципом "географічного серпантину"

Вище наведена нова методологія формування вибіркової сукупності домашніх господарств для проведення соціально-економічних обстежень, що розроблена і впроваджується Держкомстатом України. Суть її полягає в тому, що одночасно у всіх областях України будуть проводитися обстеження економічно активного населення з різних соціально-економічних питань.

На основі вище наведеного статистичного підходу можна розробити соціологічний підхід до формування вибіркової сукупності для проведення соціологічних досліджень з різних актуальних соціально-економічних питань, наприклад для міста Львова, для Львівської області загалом чи якогось окремого її району. Переваги соціологічного підходу полягають у тому, що для опитування буде відібрана лише певна частина респондентів із статистичної вибіркової сукупності, яка розроблена і обґрунтована відділом статистики праці і заробітної плати Львівського обласного управління статистики. Якщо згідно статистичного підходу у місті Львові обстеженню підлягає близько 1100 чоловік (або 460 домогосподарств при середній його чисельності у м.Львові 2,4), то соціологічний підхід дозволяє опитати таку кількість домогосподарств, яка обґрунтовується згідно об'єкту соціологічного дослідження. Наприклад, для вивчення процесів трудової мобільності в умовах регіонального ринку праці згідно соціологічного підходу достатньо опитати 600 осіб працездатного віку (або 238 домогосподарств) при загальній чисельності працездатного населення в м.Львові – 589,5тис. чоловік. Соціологічний підхід дозволяє швидше і з меншими матеріальними затратами провести опитування тієї категорії населення, яка є носієм громадської думки з того чи іншого питання і цікавить конкретного дослідника.

Наведемо конкретний приклад формування вибіркової сукупності для проведення соціологічного дослідження на тему: "Трудова мобільність в умовах регіонального ринку праці".

Характеристики об'єкту дослідження:

1. просторові (м.Львів);
2. часові (січень-квітень 1999 року);

3.галузеви (працездатне населення у віці 15-70 років, зайняте у різних галузях економіки);

4.соціально-демографічні (стать, вік, освіта, мобільний тип поведінки особистості).

Предметом нашого дослідження є:

– стан та ситуація на ринку праці (зайнятість населення, її структура та напрямки діяльності працездатного населення, причини безробіття тощо);

– аналіз процесів та механізмів трудової мобільності на регіональному ринку праці.

Характеристика вибіркової сукупності для масового анкетного опитування працездатного населення м.Львова.

Для цієї характеристики буде використана вище наведена багатоступенева ймовірнісна випадкова вибірка, яка розроблена державним комітетом статистики праці для вибіркового обстеження домогосподарств в цілому по Україні, яка матиме шість ступенів відбору:

I. відбір одиниць першого ступеню – здійснюється відбір міст та районів з сільським населенням по Україні. При цьому територіальні одиниці з розміром (чисельністю населення) вище встановленого порогу (порогу саморепрезентативності) включаються у вибірку з ймовірністю, рівною одиниці. Отже, м.Львів попадає у вибірку сукупність на I ступені відбору.

II. відбір одиниць другого ступеню – відбираються такі територіальні одиниці: у містах – первинні територіальні одиниці вибірки(ПТОВ), у районах з сільським населенням – сільські Ради.

На м.Львів, згідно даних статистичної методики, припадає 14 ПТОВ (тобто місто умовно поділене на 14 первинних територіальних одиниць відбору)

III. відбір одиниць третього ступеню – відбираються домогосподарства (сім'ї), які будуть приймати участь в обстеженні. Для відбору домогосподарств по кожній одиниці II ступеню, що попали до вибірки, необхідно мати повний список домогосподарств (уточнені списки діляниць, які зібрані відділом статистики праці та заробітної плати Львівського обласного управління статистики для майбутнього перепису населення). Конкретні домогосподарства відбираються по вказаних списках з використанням методів систематичного відбору.

Три попередні ступені відбору були розроблені відділом статистики праці та заробітної плати, всі наступні ступені соціологічного відбору розроблені і обґрунтовані у відповідності до бажаного обсягу вибіркової сукупності згідно об'єкту конкретного соціологічного дослідження.

Основні параметри вибіркової сукупності: 600 респондентів (працездатних осіб у працездатному віці) або 238 домогосподарств.

Середній рівень домогосподарства у м.Львові – 2,4 чоловіки (тобто в середньому на одну сім'ю (домогосподарство) припадає 2.4 чоловіки).

Обсяг вибіркової сукупності (n) розрахований на основі загальновідомої формули, коли є необхідні показники генеральної сукупності (N):

$$2 \quad - 1$$

$$n=(Q + 1/N), \text{ де}$$

Q – допустима помилка репрезентативності (звичайно в соціологічних дослідженнях $\pm 5\%$)

Генеральна сукупність N для м.Львова (загальна чисельність працездатного населення) становить – 589,5тис. чоловік.

При розрахунках обсягу вибіркової сукупності для м.Львова допустима помилка репрезентативності (Q) становитиме $\pm 3\%$.

Для відбору тих 600 респондентів були розроблені наступні ступені відбору:

IV. відбір одиниць четвертого ступеню: – після використання статистичних методів систематичного відбору отримуємо дані по кожній з 14 ПТОВ (загальну

чисельність населення ($N_1, N_2, N_3, \dots, N_{14}$) в кожній з 14 первинних територіальних одиниць відбору). Для прикладу, $N_1=6936$ осіб, $N_{14}=2631$ осіб, $N=54104$ особи працездатного віку (див. табл.).

V. відбір одиниць п'ятого ступіню – має ряд розрахунків:

1. розраховуємо кількість домогосподарств $D=(N_1+N_2+\dots+N_{14})$ в кожній з 14 ПТОВ при середньому розмірі домогосподарства (k) для м.Львова $k=2,4$ по формулі:

$D=N/k$ $D=(D_1=N_1/k+\dots+D_{14}=N_{14}/k)$, після підрахунків всього у V ступінь відбору попадає $D=22542$ домогосподарств.

При масовому опитуванні є доцільним опитати саме домогосподарства, що дасть змогу підвищити репрезентативність випадкової ймовірнісної вибірки, бо у домогосподарствах можна опитати членів сім'ї різного віку (молодь, людей середнього і старшого віку), різної статі, різної форми зайнятості в сучасних умовах ринку праці, що не вимагатиме розробки додаткових ступенів відбору одиниць спостереження, і що насамперед, зумовлено відсутністю статистичних даних по соціально-демографічній структурі одиниць відбору (ці статистичні дані можуть бути отримані після перепису населення в 2000 році).

Таблиця

Основні статистичні дані для розрахунку вибіркової сукупності

№ п/п	№ ПТО В	Загальна чис-ність населення N	Чис-ність домогосп одарств, D	%відноше ння частки домогосп.	Вибірков. чис-ність респонд., n	Вибірков. чис-ність домогосп., d
1	8	6936	2890	12,81	77	32
2	35	3341	1392	6,71	37	15
3	49	3269	1362	6,04	36	15
4	55	2154	897	3,98	24	10
5	98	1972	822	3,64	22	9
6	87	2883	1201	5,33	32	13
7	109	2693	1122	4,98	30	12
8	124	2546	1061	4,71	28	12
9	150	3632	1513	6,71	40	17
10	146	4866	2027	8,99	54	22
11	181	5556	2315	10,27	62	26
12	207	7178	2991	13,27	80	33
13	193	4447	1853	8,22	49	20
14	217	2631	1096	4,86	29	12
		54104	22542	100%	600	238

2. Подальшим кроком буде розрахунок % відношення частки домогосподарств (d), які необхідно буде відібрати з загальної чисельності домогосподарств

відібраних 14 ПТОВ ($D=22542$) по формулі:

$$100\% = (\% d1 = d1/D + \dots + \% d14 = d14/D)$$

3. Розрахуємо обсяг вибірки по кожній з 14 ПТОВ по відношенню до загального обсягу вибірки ($n=600$ чоловік) по формулі:

$$n = (n1 = \% d1 + \dots + n14 = \% d14)$$

4. Розрахуємо кількість домогосподарств (d), які будуть опитані в кожній з 14 ПТОВ при $k=2,4$ (середній розмір домогосподарства) за формулою:

$$d = (d1 = n1/k + \dots + d14 = n14/k), \text{ після підрахунків у вибіркову}$$

сукупність попадає $d=238$ домогосподарств.

VI. відбір одиниць шостого ступіню:

У відділі статистики праці та заробітної плати беремо списки вулиць, номери будинків, квартир у кожній ПТОВ, які відібрані методом систематичного відбору і застосовуємо принцип ймовірнісної механічної вибірки, коли всі одиниці відбору зведені в єдиний список і з нього через рівні інтервали відбирають відповідну кількість домогосподарств.

1. Крок відбору (K) розраховуємо за формулою:

$$K = N/n,$$

де N – величина генеральної сукупності, а n – величина вибіркової сукупності, після підрахунків

$$K = N1/n1 = \dots = N14/n14 = 90.$$

Це означає, що із списку по кожному з 14 ПТОВ має бути відібране кожне 90 домогосподарство.

2. Базове число відбору $B=K/2=45$, а це означає, що розпочинати вибір треба з 45 номера; наступний номер відбору буде 135 ($45+90=135$), далі 225 ($135+90=225$) і т.д. по кожній з 14 ПТОВ в залежності від кількості домогосподарств, які мають бути опитані. Наприклад, в ПТОВ №8 потрібно опитати 32 домогосподарства з кроком відбору 90, то першим буде опитане домогосподарство під номером 45, другим – 135 і т.д., а останнім – під номером 2835 (загальна кількість домогосподарств у ПТОВ №8 становить 2890, отже 32 домогосподарство попадає в загальний список).

Таким чином буде відібрано 238 домогосподарства або 600 чоловік працездатного віку, які виступатимуть одиницями спостереження нашого дослідження.

Вище обгрунтовану і розраховану вибірку можна вважати універсальною для проведення конкретних соціологічних досліджень чи в Львівській області загалом, чи в будь-якому іншому регіоні України, якщо спиратися на статистичні дані та тісно співпрацювати з органами статистики в цьому напрямку.

Література:

1. Впровадження вибірових методів спостереження по стастиці праці. Матеріали наради 27 липня 1998 року, – м.Львів. – С.5–10.

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ – ПОКАЗАТЕЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

The article considers the index of consumers' mood (ICM) as an indicator of social changes. ICM is based upon the monitoring of public opinion and serves as an indicator of contemporary and future economical, social and political condition of a society. The data on changes of financial conditions of residents of Zaporozie and Zaporozie region (beginning from the 1990) are provided.

У статті розглянуто індекс споживчих настроїв як показник соціальних змін. ІСН базується на моніторингу громадської думки та є показником сучасного економічного, соціального, політичного стану суспільства та його майбутнього стану. Також наведено дані про зміни матеріального положення мешканців Запоріжжя та Запорізької області, починаючи з 1990 року.

Ключевые слова: индекс потребительских настроений; индекс потребительских ожиданий; социальные изменения; рыночное сознание; материальное положение.

Говоря о сложной ситуации и социальных проблемах в нашем обществе – обществе с трансформирующейся экономикой – нельзя не отметить тот факт, что именно в этот момент внимание многих ученых-социологов приковано к проблемам социального развития общества, к тем переменам, которые происходят во всех социальных институтах. И в этой связи важно отметить тот факт, что взгляды ученых все больше обращаются к точным наукам с целью почерпнуть те методы, средства, с помощью которых можно объяснить, установить взаимосвязи, взаимозависимости происходящих изменений.

Обращает на себя внимание, что рассматривая общество как целостную систему, в последнее время преимущественно используют методы системного анализа, основанные на системном подходе к рассмотрению общества. При этом достоинства данной методологии заключаются в возможности использования средств моделирования, проектирования и прогнозирования ситуаций при решении любого класса проблем. На этих этапах подключаются методы математической статистики, теории принятия оптимальных решений, исследования операций, численные методы, оптимизационные подходы, что позволяет на практике не действовать методом “научного тыка”, методом проб и ошибок.

Системный анализ, его методология и частные аспекты измерений позволяют найти наиболее обоснованные, действенные подходы к решению возникающих проблем. Индекс потребительских настроений является частным аспектом системного измерения в обществе, который базируется на мониторинге общественного мнения.

С целью изучения намерений, настроений и поведения потребителей по инициативе Джорджа Катона из Мичиганского университета в 1946 г. начали проводиться опросы потребителей, ставшие сейчас уже не только в США, но и во многих европейских странах повседневной практикой. Со временем выяснилось, что анализ поведения потребителей посредством специально разработанного индекса потребительских настроений (ИПН) дает ответ не только на вопрос, будет ли население тратить

Зоська Янина Валерьевна – преподаватель кафедры философии и социально-психологических дисциплин Запорожского института государственного и муниципального управления

сбережения, но и на более общий вопрос об уровне оптимизма в отношении экономического и социального развития в целом.

Кроме того, время показало, что ИПН обладает огромным прогнозным потенциалом. Оказалось, что усредненный ответ "совокупного потребителя" получился поразительно близким к ответу экспертов: все вместе потребители не ошибаются. Сегодня в США ИПН входит в десяток макроэкономических показателей, на основании которых исчисляет свои прогнозы Бюро экономического анализа. В рыночных условиях ответственно относятся к прогнозу экономического цикла – прогнозу важному и для краткосрочного планирования любого бизнеса, и для выработки экономической политики государства, и для бюджетного управления. ИПН, неся в себе элемент прогноза, входит в группу лидирующих показателей, позволяя уловить так называемые поворотные точки развития, что важно для функционирующей по определенным циклическим закономерностям экономики. Исследования показали прежде всего, что народное настроение, определяющее потребительские намерения, неразложимо на составляющие. Оно составляет некое единое целое, вследствие чего кривые ожиданий по экономической, политической, социальной, криминальной ситуациям в большей степени совпадают.

Интенсивное использование ИПН в экономической и политической жизни США началось в 70-х гг. Замеры и исследования ИПН организовали позднее десятки стран Западной (по программе Евробарометра), а потом и Восточной Европы (Венгрия, Польша). Итак, как было уже сказано, ИПН строится на основе систематических социологических опросов населения. Для построения индекса используются ответы на пять основных вопросов: как изменилось материальное положение вашей семьи за последние шесть месяцев? как, по-вашему, изменится материальное положение семьи в предстоящие шесть месяцев? как вы считаете, следующие 12 месяцев для экономики страны будут хорошим или плохим временем? следующие пять лет будут хорошим или плохим временем для экономики страны? сейчас в целом хорошее или плохое время для того, чтобы делать крупные покупки для дома?

Но социологи, кроме того, рассматривают две отдельные группы. Одна из них включает ответы на 1 и 5 вопросы, на их основе получается индекс текущего состояния (ИТС). Другая – оценки будущего, содержащиеся в ответах на 2,3,4 вопросы. Это – индекс потребительских ожиданий (ИПО). Чем меньше расхождение кривых (показателей) ИТС и ИПО, тем больше свидетельство того, что возросла трезвость оценок, уменьшился разрыв между ожиданиями и действительностью.

В России изучением и исследованием ИПН начали заниматься с 1993 г. Опыт показывает, что через некоторое время после резких скачков (изменений) ИПН, обычно месяца через два, можно ожидать важных событий в жизни страны. Это как бы предвестник поворотных событий в стране. Опыт изучения ИПН показывает целесообразность изучения наряду с общенациональным индексом и региональных.

Даже в сложнейших экономических условиях современного украинского общества оценка общенационального и регионального ИПН могла бы быть показателем текущего состояния экономического, социального, политического состояния общества и его будущих состояний на основе индекса потребительских ожиданий, ведь потребительские настроения – оценки, ожидания, мотивации, деятельные позиции – как бы то ни было отражают не только массовый уровень экономической культуры населения, но и его платежеспособную состоятельность и, следовательно, потенциал товаропроизводителей. Помимо этого, анализ потребительских настроений расширяет представления о рыночном сознании, о котором в последние годы написано много, но, увы, зачастую без особого стремления его предметно уловить, так сказать, эмпирически "прощупать". Наконец, изучение эволюции потребительских настроений в период становления рыночного хозяйства представляет уникальную возможность многоаспектной проверки (социологическими средствами) бытующих в экономической теории концепций о темпах и характере взаимовлияния конечных потребителей и финансово-хозяйственных

структур. Несмотря на всю переходность, противоречивость состояния нынешней экономики, ИПН, как макросоциальный показатель, явно предвосхищает ближайшую ситуацию на внутреннем рынке. Изменения, колебания в платежеспособном спросе рожают пересмотр предложения поставщиков товаров и услуг. И сообразно с этим "поведение" ИПН не может не предвосхищать необходимость политико-правовых изменений (корректировки) условий хозяйственной жизнедеятельности.

Информации о социально-экономическом положении, которая постоянно преподносится средствами массовой информации, а также оценка данных социологических исследований, проводится различными исследовательскими центрами, позволяет наряду с негативными оценками сделать некоторые позитивные выводы.

Так некоторый оптимизм вызывают показатели о количестве респондентов, которые могут раз в полгода делать крупные покупки. В 1998 году такого мнения в Запорожье придерживались 11% респондентов, в 1995г. – 5%, в 1993г. – 4%, в 1990г. – 12%.

Следовательно, когорта относительно обеспеченных людей увеличивается и приближается к уровню 1990 года.

С 1990 года во всех исследованиях (всего было реализовано с 1989 по 1998 год 16 проектов, выборки от 450 до 850 респондентов репрезентативные по полу, возрасту и образованию для г.Запорожья или Запорожской области) Запорожский центр социологических исследований вводит вопросы, по которым можно оценивать региональный ИПН и его частные составляющие: индекс текущего состояния общества, индекс экономических ожиданий. В этой связи интересна динамика изменения материального положения населения. Данные об изменении материального положения по сравнению с предыдущими годами приведены в таблице.

Изменение материального положения населения (%)

Варианты ответа	Количество ответивших респондентов			
	1990г.	1993г.	1995г.	1998г.
Значительно улучшилось	2	1	2	2
Несколько улучшилось	6	4	9	12
Не изменилось	57	8	15	28
Несколько ухудшилось	20	27	14	25
Значительно ухудшилось	14	61	60	34

1993-1994 годы были периодом резкого обнищания населения, и в 1998 году наблюдается определенное улучшение показателей по оценке своего материального положения. Так тех, у кого материальное положение значительно ухудшилось, стало примерно в 2 раза меньше по сравнению с 1993 годом. Примерно в 3 раза увеличилось количество респондентов, у которых материальное положение улучшилось. Произошло улучшение показателей в 1998 году и по сравнению с 1995г. Вместе с тем, если в 1990 году были уверены в себе и испытывали надежду 30% респондентов, в 1995 году – 26%, то в 1998г. – только 15%. Менее оптимистичными стали и оценки материального положения семьи в прогнозе на последующие 12 месяцев. Обращает на себя внимание тот факт, что около 30% респондентов в 1998 году ощущала безысходность своего положения, в 1990 году таких было 5%, в 1993 году – 11% и в 1995 году – 20%.

Данные проведенных исследований показывают, что увеличилось число респондентов, которые находятся за чертой бедности по уровню жизни (более половины опрошенных в марте 1998г.), по сравнению с показателем за 1990г – 15%.

Естественно, что социальное самочувствие жителей накладывает отпечаток на их общественную и трудовую деятельность и потребительское поведение. Особую тревогу

вызывает тот факт, что в 1998 году около 13% опрошенных (а среди возрастной категории до 25 лет – 20%) готовы были принять участие в силовых акциях протеста против снижения своего уровня материальной обеспеченности и за защиту своих прав. В 1995 году такого мнения придерживалось 5% (среди молодежи – 10%), а в 1990 году – 2% (среди молодежи – 8%). Следовательно, общество приближается к опасной грани социальных потрясений и катаклизмов.

Данные показатели говорят о важности оценки ИПН как для социального прогнозирования, так и для оценки потребительского поведения. Чем быстрее украинский истеблишмент и бизнесмены это поймут, чем больше будут полагаться в своих действиях не только на интуицию, а на научные данные, тем лучше для всего социума. В этой связи можно отметить важность проведения социологических исследований и включение в опросник вопросов ИПН, так как это позволит скорректировать действия по стабилизации во всех направлениях развития общества.

Литература:

1. Гребениченко Д.Х., Гребениченко С.Ф. Потребительские настроения: долгая дорога в Россию // Социологические исследования, – 1998, – №2., С.31.
2. Зоська Я.В., Халтобин В.О. Общественное мнение и потребительские настроения / Харьковские социологические чтения – 98: Сборник научных работ. – Харьков: ЦЭПП “Радар”, – 1998, С.295.

ПІДПРИЄМНИЦТВО І БЛАГОЧИННІСТЬ (СОЦІОЛОГО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВИМІР ПРОБЛЕМИ)

In the article were considered sociological and psychological aspects of charity and sponsorship in Ukraine. The author analyses motivation and fields of charity activities, using results of sociological survey of 537 entrepreneurs in 7 regions of Ukraine.

У статті розглянуто соціологічні аспекти благодійності в Україні та її стан. Наведено результати експертного опиту 537 підприємців сімох областей України та м.Київа. Проаналізовано відношення підприємців до благодійності, основні мотиви благодійності, та соціальні сфери (об'єкти) можливого спонсорства.

Ключові слова: благодійність, спонсорство, підприємницька діяльність.

Проблема благодійності є однією з актуальних для українського суспільства. В сьогоденних умовах формування ринкових відносин благодійність як соціальне явище здебільшого пов'язується з розвитком приватного підприємництва, з його спрямованістю не лише на власний економічний інтерес, а із зверненням до реальних суспільних (освітніх, екологічних, культурних тощо) проблем.

У сучасній соціологічній та психологічній літературі увага вчених практично не звернена до змістовного аналізу даного явища. Недостатньо опрацьованою залишається і теоретико-наукове розуміння категорії "благодійність". На нашу думку, благодійність – це суспільна категорія, що визначає ставлення або готовність людини(ей) до надання пожертв на благо інших. При цьому суб'єкт благодійної діяльності керується певними альтруїстичними мотивами, власною логікою дій, виходячи із суспільних норм моралі чи цінностей. Поряд з категорією "благодійність" у питаннях пожертв виступає економічна поведінка людей, пов'язана із спонсорством. В якості основної діючої особи тут виступає спонсор, який здебільшого визначається як "юридична або фізична особа, яка фінансує який-небудь захід"[1]. На відміну від благодійності, спонсорство – це реальні, конкретні дії, які є результатом інтерактивної взаємодії людини і суспільства у процесі економічних відносин. Іншими словами, благодійність це більш ємне поняття, ніж спонсорство, так як включає світогляд людини, її відношення до навколишнього світу і самої себе.

У межах даної статті ми зупинимось на розгляді реальних кроків і готовності українського підприємництва до благодійних дій, беручи до уваги його розвиток в умовах трансформації як суспільних, так і економічних відносин. З цією метою було проведено експертне опитування, до якого були залучені підприємці, які репрезентували 7 областей України: м. Київ та область (65 підприємців), Львівську область (44), Волинську область (89), Рівненську область (98), Запорізьку (67), Тернопільську (73), Івано-Франківську (101). Всього в якості експертів було залучено 537 суб'єктів підприємницької діяльності. Серед них за соціально-демографічним складом зафіксовано: осіб віком до 25 років – 43 (8.0%); 26-35 років – 159 (29.6%); 36-45 років – 216 (40.2%); 46-55 років – 102 (19.0%); 56 і більше років – 17 (3.2%). Розподіл за статтю показав, що серед опитаних було 394 чоловіка (74.7%) та 143 жінки (25.3%). Їх сімейний стан: одружений/заміжня, дітей немає – 51 особа (9.5%); одружений /заміжня,

Пачковський Юрій Франкович – доцент кафедри соціології, кандидат психологічних наук Львівського національного університету ім.Івана Франка (т.: (0322) 74-23-82), e-mail: pachk@mailcity.com

є діти – 373 (69.5%); неодружений /незаміжня – 69 (12.8%); розлучені, дітей немає – 11 (2.0%); розлучені, є діти 33 (6.2%).

Освітній рівень експертів засвідчив, що серед них з середньою та середньою спеціальною освітою було 76 осіб (14.2%); незакінченою вищою – 47 осіб (8.8%); вищою гуманітарною (природничою) – 81 особа (15.1%); вищою технічною – 212 осіб (39.5%); вищою економічною – 121 особа (22.4%). За статусом у фірмі в опитуванні взяло участь 204 (38.0%) власників (співвласників) та 333 (62.0%) керівників підрозділів. Статус підприємств, які представляли експерти: вітчизняне підприємство – 439 (81.8%), іноземне – 22 (4.1%), спільне підприємство – 76 (14.1%).

Дослідження здійснювалося за підтримки програми “TACIS” Західноукраїнським ресурсним центром (м.Львів) спільно з кафедрою соціології та соціологічною лабораторією Львівського національного університету ім.Ів.Франка. Час реалізації дослідження – 1998 рік.

Як показало опитування, загалом підприємці позитивно поставилися до здійснення благодійної діяльності (66.3% від числа опитаних). Лише 5.0% респондентів не підтримують благодійність, а для 7.1% опитуваних дане явище виявилось за межами цікавості.

Що ж розуміють підприємці під благодійною діяльністю? Перш за все, принести користь громадській справі (44.5%), відчутти себе залученим до корисної справи (26.1%). Меншою мірою – можливість заявити про себе (8.2%), марне витрачання коштів (8.0%), як додаткову рекламу (7.8%).

Окрема проблема – причинна обумовленість дій у сфері благодійної діяльності. Що ж спонукає підприємців до благодійності? Перш за все особисті переконання (49.3%), достатній рівень прибутків (45.9%), а також пільги в оподаткуванні (20.3%). Низьку питому вагу посіли такі мотиви, як “поради близьких, думка яких важлива для мене” (4.7%); “таку діяльність здійснюють мої партнери по бізнесу” (4.7%).

Слід відзначити, що на момент опитування 72.8% суб'єктів підприємництва були залучені до благодійної діяльності. Виходячи із статусу підприємства, у благодійних акціях взяло участь 73.3% вітчизняних підприємств, 50.0% іноземних фірм і 75.0% спільних підприємств від числа залучених до дослідження.

Що ж було об'єктом благодійності? У переважній більшості випадків об'єктами благодійності виступали: окрема акція (73.6%), окремі особи (63.1%), а також окрема організація (62.6%). Щодо форми надання допомоги, то домінуюче положення тут посідає фінансова допомога, яку здійснювало 57.4% суб'єктів підприємництва. Менш поширеними виявилися допомога у вигляді готової продукції (24.6%) та допомога у вигляді послуг (18.0%). За результатами опитування, в середньому 1-2 рази на рік беруть участь у благодійних акціях 30.0% суб'єктів підприємництва; 2-4 рази на рік – 18.6%; 4-6 разів на рік – 6.1%; більше 6-ти разів на рік – 12.5%; жодного – 4.7%. Якщо взяти до уваги статус підприємства, то переважаюча частина іноземних і спільних підприємств була долучена до благодійних акцій у середньому 4 рази на рік.

При визначенні сум, що виділяються на благодійність в межах року, відповіді розподілилися наступним чином: суму до 500грн. заангажувало 32,6% опитаних суб'єктів підприємництва; від 500 до 1000грн. – 15.8%; від 1000 до 2000грн. – 7.8%; від 2000 до 3000грн. – 5.2%; більше 3000грн. – 6.5%. Решта не займаються благодійністю. Чому? Серед основних причин називається кризове становище у власних підприємствах.

На сьогодні є декілька шляхів реалізації благодійних починань. Серед них: надання гуманітарної підтримки тим, хто її найбільше потребує; створення спеціальних рахунків, фондів тощо, які беруть на себе функцію акумулювання благодійних внесків. Результати опитування засвідчили, що найбільш оптимальним шляхом реалізації благодійних починань для підприємців є безпосередня допомога і участь у благодійних акціях (80.3% від числа опитаних). За долучення до цієї справи спеціалізованих благодійних

фондів висловилося лише 13.0% опитаних підприємців. Хоча представники іноземних підприємств схилилися до рівномірного поєднання шляхів надходження коштів як через безпосередню допомогу в благодійних акціях, так і через залучення до цієї справи спеціалізованих фондів.

Окреме питання – сфера спонсорства, яку б обрали приватні підприємства за умови достатнього рівня прибутків. У таблиці подані дані розподілу відповідей щодо сфер можливого спонсорування. Як видно з таблиці, найбільш вірогідними сферами активного спонсорства виступили, в першу чергу, допомога інвалідам (75,6% від числа опитаних), охорона здоров'я (61,6%), допомога дітям з малозабезпечених сімей (60,3%). Близько половини опитаних готові заінвестувати в охорону навколишнього середовища (екологію), а також надати допомогу обдарованим дітям. Найменшою популярністю стосовно можливих сфер спонсорства користуються у підприємців такі сфери, як проведення видовищних акцій (48,4% опитаних не готові спонсорувати такі заходи), дозвілля молоді (37,6%).

Таблиця

Сфера можливого спонсорування (у %)

Сфера спонсорства	Спонсору- вав би	Важко сказати	Не спонсо- рував би
Допомога інвалідам	75.6	17.5	4.5
Допомога дітям з ма- лозабезпечених сімей	60.3	25.0	12.3
Допомога обдарованим дітям	51.2	28.5	17.9
Проведення видовищ- них акцій	18.6	28.9	48.4
Церква	39.1	24.4	32.4
Дозвілля молоді	24.0	33.9	37.6
Спорт	40.6	28.9	26.8
Освіта	42.1	30.9	22.9
Наука	33.5	35.6	26.6
Екологія	48.6	27.2	19.4
Культура, мистецтво	39.3	34.6	22.3
Охорона здоров'я	61.1	21.6	14.2

Благочинність – важлива складова цивілізованого суспільства. Її ефективність у багатьох випадках залежить не лише від економічного добробуту суспільства та його членів, але й від правового поля регулювання. У зв'язку з цим було запропоновано підприємцям висловити свою думку щодо внесення певних змін у законодавство з метою сприяння благодійності. Зокрема, мова тут йтиме про надання певних пільг тим суб'єктам підприємницької діяльності, які найбільшою мірою зацікавлені у такого роду діях. Згідно результатів опитування, понад половини респондентів (59,6%) висловилося за те, щоб в Україні була запроваджена прогресивна шкала оподаткування і правило, згідно якого балансовий прибуток зменшується на суму пожертви. 33,1% підприємців вказало на те, що необхідно запровадити податковий кредит у вигляді податку в пропорції: “гривна пожертви за гривну, що підлягає оплаті”.

За результатами експертного опитування підприємців можна зробити наступні висновки.

1. Ситуацію, яка склалася по відношенню до благодійної діяльності в Україні, в цілому можна охарактеризувати як сприятливу. Як показало опитування, серед підприємців домінує позитивне ставлення до благодійності. Констатовано, що понад 80% опитаних експертів виявляє радше позитивне, ніж негативне відношення до благодійної діяльності.

2. У суб'єктів підприємництва поняття "благочинна діяльність" асоціюється в першу чергу з можливістю принести користь громадській справі, а також з необхідністю відчувати себе залученим і бути причетним до неї. Благочинність у переважній більшості опитаних підприємців не пов'язується з прагматичними інтересами, такими як додаткова реклама, можливість заявити про себе. Крім того, в українському суспільстві є досить низька питома вага людей бізнесу, які вважають, що благочинність – це марне витрачання коштів.

3. Серед спонукань до благочинної діяльності особливе місце у суб'єктів підприємництва посідає мотив, пов'язаний з особистими переконаннями людини. Не меншого значення в структурі мотивів до благочинної діяльності відіграють матеріальні спонукання, в основі яких лежить достатній рівень прибутків. Окрім того, слід зважати і на те, що залученню до благочинної діяльності сприятимуть і зміни в економічній сфері, до яких необхідно віднести пільги в оподаткуванні.

4. На момент опитування переважна більшість суб'єктів підприємництва, а це понад 70,0% від числа експертів, вже займалися благочинною діяльністю. У переважній більшості випадків об'єктами благочинності виступала окрема акція, меншою мірою – окремі особи чи організація. Найбільш поширена форма допомоги – фінансова.

5. Серед сфер пріоритетного інвестування у благочинність: допомога інвалідам та дітям з малозабезпечених сімей, охорона здоров'я та довкілля, а також надання допомоги обдарованим дітям.

Література:

1. Словник термінів ринкової економіки / Під заг. ред. В.І. Науменка. – К.: Глобус. – 1996. – С.229.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЕКТАМИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ АНАЛІЗУ

The article is devoted to specifics of sociological analysis of actual problems of the management of social projects in the modern conditions. Attention is accentuated on the specialities of social projects, subjects of management of social project – government and private business, role of a sociologist in the process of social project realization.

В статті розглядається специфіка соціологічного аналізу актуальних проблем управління соціальними проектами в сучасних умовах. Акцентується увага на особливостях соціальних проектів, технології їх реалізації. Суб'єктами управління проектом можуть бути урядові структури та представники приватного бізнесу. Обґрунтовується необхідність участі соціолога в процесі розробки та реалізації соціального проекту з метою посилення його соціальної направленості.

Ключові слова: соціальний проект, управління, етапи управління, соціологічний підхід.

Соціальний проект уявляє собою відображену у відповідній знаковій формі (текстова інформація, блок-схеми, графи, матриці, мережі взаємодій тощо) ідеальну модель сконструйованої у відповідності до заданих вимог організації соціальних відносин [2, с.76]. Науково обґрунтований соціальний проект враховує сукупність факторів, що впливають на функціонування та реалізацію останніх: їх конструктивні особливості, наявні засоби побудови соціальних відносин, потреби у проектуємому майбутньому, закони та тенденції суспільного розвитку, принципи та правила проектування. Як специфічно зорієнтована діяльність, що залежить від наявних ресурсів, націлена на чітко визначений кінцевий результат, соціальний проект відрізняється від інших його різновидів. Скажімо, на відміну від комерційного проекту першочерговою метою соціального проекту є вирішення тієї чи іншої соціальної проблеми, а не отримання прибутку. Так, соціальними можуть бути проекти з оптимізації системи освіти, системи соціального захисту населення тощо. Важливо пам'ятати, що соціальний проект – це перш за все ідеальний (або оптимальний) варіант стану об'єкту, його розвитку.

Взагалі, управління проектом на своєму шляху проходить через декілька етапів: 1) визначення керівництва проекту та створення команди; 2) розробка проекту; 3) розробка плану впровадження проекту; 4) впровадження проекту; 5) моніторинг і контроль за його реалізацією; 6) завершення проекту.

Успішне виконання проекту в значній мірі залежить від керівника проекту, його професійних навичок та особистісних характеристик. Керівник проекту відповідає за його впровадження та досягнення необхідного результату. Його можуть призначити до початку роботи над проектом. Керівник проекту має володіти комунікаційними, організаторськими, технологічними навичками, вміти створювати команду, долати перешкоди тощо.

Досить складним завданням у процесі управління соціальним проектом є створення команди. Від того, хто працюватиме над проектом, залежатиме успіх його

Балабанов Роман Вікторович – зпошукач кафедри соціології праці та управління Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна, зам.декана факультету соціального менеджменту ХГІ “НУА” (т.: (0572) 40-10-92)

виконання. Тому важливим є процес відбору персоналу. Важливо також мати на увазі, що, хоча члени проектного колективу часто є людьми мотивованими до праці, створення необхідних передумов (творчості, мінімального нагляду, максимуму свободи, контролю, тощо) є шляхом до успіху виконання багатьох завдань.

На етапі планування впровадження соціального проекту, як правило, дається детальний опис тих завдань, які доведеться виконувати для досягнення цілей проекту. План впровадження проекту включає декілька компонентів. При його розробці соціолог залучається до роботи над тими компонентами, які потребують його участі. Наприклад, розробка бюджету не вимагає участі соціолога на відміну від таких заходів, як планування роботи з персоналом або проведення моніторингу, потреба в яких може виникнути в процесі реалізації соціального проекту.

Після того, як затверджено план впровадження соціального проекту, починається його реалізація. У широкому розумінні цей етап постає як цикл “заплановані заходи – моніторинг – контролювання”. Для розвитку проекту керівникові необхідна точна і детальна релевантна інформація, яка стосується проблеми та збирається регулярно переважно соціологічними методами. Вона допомагає керівникові контролювати процес впровадження соціального проекту. Підсумкова інформація, зібрана про якість виконання проекту, порівнюється з бажаним (запланованим) рівнем, після чого керівник застосовує усі необхідні заходи для виправлення ситуації.

На етапі завершення відбувається оцінка проекту. Вона постає як оцінка досягнення результату та якості виконання проекту.

Взагалі, проблемі управління соціальними проектами ні дослідники, ні владні структури й до сьогоднішнього дня не приділяють потрібної уваги. Під час існування Радянського Союзу вітчизняні соціологи переважно концентрували свої дослідницькі зусилля на аналізі самого процесу соціального проектування. Проблемі управління соціальними проектами приділялося значно менше уваги. А ті невеликі за кількістю розробки, які все ж таки були створені у радянській період, за зрозумілими чинниками не можуть бути використані у сучасних умовах. Бо якщо у соціалістичному суспільстві головним суб'єктом соціальної політики була держава, то при ринковій економіці поряд з державою такими суб'єктами є корпорації, громадські організації. Тому, перш ніж почати розробляти концепцію управління соціальними проектами в умовах сучасного суспільства, необхідно дати відповідь на запитання: якою є роль приватного бізнесу у реалізації тих чи інших соціальних проектів?

Йдеться про те, що високим економічним показникам господарської діяльності фірм не завжди відповідають зміни у соціальній сфері. Більш того, відомі випадки, коли діяльність корпорацій супроводжується негативними соціальними наслідками. В той час, як в сучасних умовах разом з державою соціальну функцію виконують і бізнес-структури розвинутих країн. Відповідна політика отримала назву “соціальна відповідальність бізнесу”. Який зміст соціологія менеджменту вкладає в цей термін? Р.Акофф пояснює: “Економічна роль корпорації у суспільстві полягає в тому, щоб шляхом створення та розподілу багатства зробити можливим споживання. Вона несе відповідальність за те, щоб засіб виконання цієї ролі не приводив до зниження якості життя як всередині корпорації, так і в оточуючому її середовищі” [1, с.80].

Іншими словами, соціальна відповідальність – це здатність відгукуватися на потреби суспільства, іноді нехтуючи при цьому короткостроковими інтересами. Уникнення забруднення оточуючого середовища, інвестиції в будівництво навчальних та медичних закладів – ось приклади участі приватного бізнесу в реалізації відповідних соціальних проектів, що підлягають під категорію “соціальної відповідальності”. Завдяки своїй соціальній політиці бізнес бере участь у позаекономічних царинах життя суспільства. Теперішнє розвинуте суспільство перш за все знаходиться в залежності від діяльності менеджерів великих організацій. І на сьогоднішній день все більше місця у повсякденній праці менеджерів займають суспільні справи. Представники бізнесу розуміють, що

вирішення соціальних проблем важливе у тій же мірі, що і питання прибутку, хоча у недалекому минулому бізнесмена цікавив тільки останній. Комерційна організація повинна рахуватись з умовами соціального оточення, в якому вона знаходиться, – в протилежному випадку їй загрожуватиме небезпека. Американські спеціалісти в галузі менеджменту прогнозують, що у найближчий час менеджмент буде формуватися під впливом соціальних пріоритетів над цілями бізнесу. З'являться менеджери, що орієнтуватимуться на цілі суспільства та будуть брати на себе більшу відповідальність перед останнім за наслідки приватнопідприємницької практики, аніж це було притаманно попереднім професійним управляючим або власникам. Слід визнати, що у поточному сторіччі управляючі справами приватних фірм зробили помітний внесок у збільшення добробуту суспільства.

Разом з тим, далеко не всі підприємці згодні з концепцією “соціальної відповідальності бізнесу”, стверджуючи, що ділова організація – це перш за все економічний інститут і переорієнтація на позаекономічні, соціальні цілі здатна розхитати економіку вільного підприємництва. На жаль, чимало менеджерів все ще розглядають задоволення потреб працівників як зайві витрати, недооцінюючи персонал як ресурс розвитку організації. Соціологічні дані підтверджують хибність такої позиції. Наприклад, американські соціологи майже одностайні у думці, що у вісімдесятих роках промислова перевага у світі перейшла від США до Японії. В основі успіху японських корпорацій, вважають вони, полягає краще освічена робоча сила. Так, у 1988р. функціональний рівень грамотності в Японії складав більш 95%, тоді як у США він знизився до 80%. М.Уайт, професор порівняльної соціології Бостонського університету констатує, що переважна частка успіху Японії зобов'язана тому, що її виробничі робітники здатні розуміти елементи вищої математики, читати складні інженерні чертежі і виконувати заплутані завдання на заводському рівні значно краще, аніж “сині комірці” у Сполучених Штатах [4, р.45]. Наведені приклади свідчать про те, що у сучасному суспільстві розвиток сфер, які стоять над економікою, набуває вирішального значення, оскільки від їх якісних показників все в більшій мірі залежить і економічний прогрес і суспільний добробут. Тому можна стверджувати, що в умовах сучасного розвинутого суспільства приватний бізнес є зацікавленим в участі у тих чи інших соціальних проектах.

Отже, у суспільстві поряд з участю держави у соціальних проектах необхідна також участь і приватного бізнесу. Державні керівники та менеджери корпорацій перетворюються у головних дійових осіб соціальної політики. Якщо припустити, що головний тягар управління соціальними проектами лягає на державні плечі, виникає питання: яким чином розподіляються управлінські функції між урядом та місцевою владою? Гадаємо, що у кожному конкретному випадку, тобто в залежності від змісту соціального проекту, управлінські повноваження можуть бути розподілені по-різному.

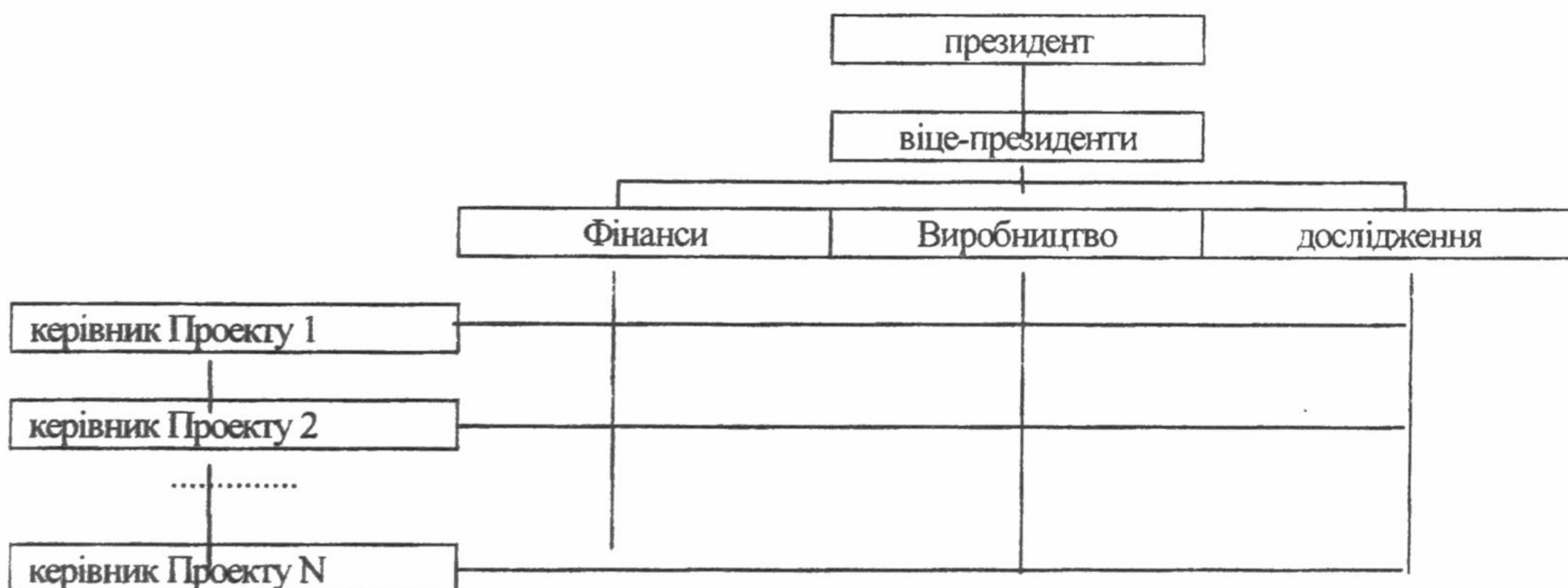
Проілюструємо цю думку на прикладі принципової схеми одного з соціальних проектів системи освіти у США. Як вже було підкреслено, Сполучені Штати програють в боротьбі за конкурентоспроможність у світі через недосконалість своєї системи освіти. Головна увага керівництва країни сконцетрована на бюджетному та торговому дефіцитах. Але більш небезпечним є третій дефіцит – освітній [3, с.242]. Якщо американці не удосконалять систему освіти, вони не зможуть зберегти економічне лідерство. Освіта за Конституцією США входить у компетенцію штатів, а не федерального уряду. Штати разом з місцевими органами влади є головними фінансовими донорами всієї освітньої системи. Вони допомагають школам вирішувати проблеми управління, готувати та атестувати вчителів, встановлювати вимоги до навчальних програм. На думку авторів книги “Американський менеджмент на порозі ХХІ століття”, керівництво штатів в межах нової системи освіти в першу чергу повинно робити наступне: фінансувати та підтримувати зусилля по підвищенню ефективності навчання; встановлювати єдині для всього штату мінімальні вимоги до навчальних програм та стандарти оцінки знань;

проводити періодичну атестацію знань вчителів; наймати, оплачувати працю та звільняти вчителів у залежності від результатів і якості їх праці [3, с.263].

У Сполучених Штатах Міністерство освіти було створено у 1867р. з метою збирання статистичної інформації про освіту. Грейсон Джексон К. молодший і О'Делл Карла вважають, що така інформація потрібна й сьогодні, тому діяльність по її збиранню повинна вестись ще в більшому обсязі [3, с.264]. Потрібні також дані, що висвітлювали б ефективність освіти на довгострокову перспективу. Крім цього, на думку вказаних авторів, уряд повинен: допомагати одержувати освіту дітям з бідних сімей та дітям – інвалідам; фінансувати програми досліджень проблем та ефективності освіти, розповсюджувати їх результати; допомагати фінансувати велику довгострокову програму зменшення неграмотності; проводити практику займів для молоді, що навчається; фінансувати дослідження, що виконуються Національною організацією оцінки прогресу в освіті і Національним інститутом освіти [3, с.264].

Як бачимо, роль уряду, на відміну від місцевих органів влади, полягає переважно у фінансуванні масштабних загальнонаціональних дослідницьких і довгострокових програм, а також – у реалізації заходів соціальної допомоги в системі освіти. Зрозуміло, що управлінські функції уряду та місцевої влади в процесі впровадження вказаних загальних засад соціального проекту системи освіти в США будуть мати відповідний зміст.

В процесі управління соціальними проектами у сучасному суспільстві також постає питання взаємодії залучених до даного процесу спеціалістів – соціологів, економістів, юристів, психологів тощо. Соціальний проект хоча й має за свою головну мету вирішення тієї чи іншої загальної соціальної проблеми, але, як і будь-який інший проект, що створюється для практичного втілення, і на стадії розробки, і на стадії впровадження не може обмежитися участю лише соціологів. На початку даної статті було зазначено, що одним з етапів управління будь-яким проектом є розробка плану його впровадження. В першу чергу саме на цьому етапі треба визначити конкретні обов'язки всіх спеціалістів, залучених до управління проектом. На етапі затвердження керівництва проекту та створення команди особливого значення набувають рекомендації соціологів та соціальних психологів. Важливість попереднього планування взаємодії соціологів з іншими спеціалістами в процесі управління соціальними проектами можна проілюструвати наступним прикладом. На виконання проекту впливає структура організації, що його впроваджує. Однією з форм організаційного впровадження проекту є матрична організація. Структура матричної організації виглядає наступним чином:



Мал. Структура матричної організації

Як бачимо, суттєвим недоліком матричної організації є порушення правила єдності керівництва. Члени команди мають щонайменше двох керівників: керівника підрозділу і керівника проекту. З точки зору соціології менеджменту така ситуація не є нормальною. Але з точки зору економіста така структура організації, що впроваджує проекти, в цілому є виправданою, бо дозволяє одночасно займатись впровадженням кількох проектів, зберігаючи при цьому баланс ресурсів. Отже, треба вирішити досить непросте питання, а саме – визначитися, що важливіше у даному випадку для організації, яка впроваджуватиме соціальний проект: якість виконання проекту та власна репутація чи тимчасовий економічний ефект. Гадаємо, що у випадку управління саме соціальним проектом позиція соціолога буде більш вагомішою, ніж у випадках управління іншими різновидами проектів.

Наприкінці декілька слів про важливість соціологічного аналізу проблеми управління соціальними проектами. Якщо резюмувати все, що було сказано вище, то стає зрозумілим, що управління соціальними проектами у сучасних умовах є актуальною проблемою, яка потребує глибокого наукового дослідження. І тут саме соціологічні методи аналізу повинні відіграти вирішальну роль. Йдеться не тільки про методи збирання інформації, які використовує соціологія, а також про виключну здатність соціології застосовувати комплексний системний підхід до аналізу будь-якої суспільної проблеми.

Література:

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М., 1985. – 80 с.
2. Антонюк Г.А. Социальное проектирование и управление общественным развитием. – Минск: Наука и техника, 1986. – 76 с.
3. Грейсон Джексон К. младший, О'Делл Карла. Американский менеджмент на пороге XXI века. – Москва: Экономика, 1991, С.242–264.
4. Nussbaum B. Needed: Human Capital // Business Week. Sept. 1988. – 45p.

Балабанова Н.В.

ДЕРЖАВНІ ОРГАНИ ВЛАДИ ТА СУСПІЛЬСТВО: МОЖЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ

The article is devoted to the problem of interaction between society and power which are presented by the civil institutes and the organs of state's management.

Analysis of expert sociological inquest of state's bodies showed that there is confrontation between the civil society and state's bodies.

On author's opinion, in order to raise efficiency of social management on the stage of Ukrainian society's transformation it is needed to create conditions for being civil institutes. Development of cooperation between power and society, mastering alienation population from influence on the political processes in society is possible by the way of dialogue procedures of interaction between the civil institutes and state's bodies, social and communicate technologies, public relations.

Стаття присвячена проблемі взаємодії влади та суспільства, які з одного боку представлені органами державної влади, з другого – громадськими інститутами.

В процесі аналізу експертного соціологічного опитування представників держадміністрацій було виявлено, що між громадянським суспільством та структурами влади сформувалось протистояння.

На думку автора, для того, щоб зросла ефективність соціального управління на етапі трансформації українського суспільства, необхідно створити умови для життєдіяльності громадських ініціатив. Розвиток співробітництва між владою та суспільством, подолання відчуження населення від впливу на політичні процеси в суспільстві становиться можливим завдяки організації діалогових процедур взаємодії, застосування соціальних та інформаційних комунікацій, розвитку системи "public relations".

Ключові слова: громадянське суспільство, органи влади, держава, взаємодія.

Держава є одним із головних суб'єктів управління соціально-економічними та соціально-політичними процесами в країні. Ефективність її діяльності детермінована цілою мережею як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників. Але серед них можна виділити, на нашу думку, провідний, що забезпечує можливість впливу соціальних спільнот, які займають різні статутні позиції, на спрямованість політики, її соціальні наслідки, а саме, характер взаємодії громадянського суспільства та держави.

Вступаючи в діалог кожна сторона намагається відстояти право на вирішення проблем у відповідності з своїми інтересами, власним бажанням, поширити можливість свого впливу. Конкуренція, що існує між ними, може призводити до віддалення та протиставлення інтересів цих суб'єктів. Якщо держава та громадянські інституції діють як суперники, то наслідком їх взаємодії буде зростання соціальної напруженості в суспільстві, непорозуміння та конфлікти між ними. Але якщо життєдіяльність цих суб'єктів побудована на засадах партнерства, конструктивної співпраці, виникає можливість досягнення загальних соціально-значущих цілей.

В умовах глибокої системної кризи, як показали матеріали експертного соціологічного опитування представників держадміністрації та населення з питань

оцінки соціально-політичної ситуації в Україні, що було проведене у 1999р.,¹ сформувалося протистояння не тільки між громадянським суспільством та владними структурами, але й між різними рівнями управління – національним, регіональним та муніципальним.

Щодо службовців регіонального рівня, то вони схильні бачити чинники всіх негараздів у некомпетентності діяльності вищих ешелонів влади. Вони стверджують, що самі неспроможні змінити ситуацію на краще. Реформа державного управління, розширюючи їх функції, не забезпечує механізмами їх реалізації – ні матеріальними, ні правовими, ні ресурсними. Тому самооцінка власного становища цим управлінським прошарком невисока (3,5 бала за 5 бальною шкалою). Їм важко визначити своє місце та роль, значущість впливу на ситуацію у регіоні. Вони невпевнені у своєму майбутньому: близько 68% з них готові змінити свій статус (19% готові включитися до діяльності громадських організацій, 18% – змінити свої місце роботи, 16% – включитися до політичної діяльності, 16% – зайнятися комерційною діяльністю).

Представники виконавчої влади сьогодні вважають, що відповідальність за теперішній стан економіки, перш за все, несуть Уряд, Президент та Верховна Рада. І тільки на цьому місці за відповідальності йдуть місцеві органи виконавчої влади (див.Табл.).

Таблиця

Розподіл суджень респондентів щодо відповідальності за стан економіки країни

Суб'єкти відповідальності	ранг
Уряд	1
Президент	2
Верховна Рада	3
Правляча еліта	4
Міжнародні фонди, банки, організації	5
Керівники держпідприємств	6
Місцеві органи виконавчої влади	7
Народ	8
Політичні партії	9
Місцеві ради	10
Підприємці	11

Таким чином, дослідження підтверджує, що розмежування та протиборотство існує не тільки між інтересами держави та суспільства, але й усередині управлінських органів. Протистояння центральних та регіональних управлінських ланок ускладнює пошук компромісів, застосування діалогічних методів з метою розв'язання конкретних проблемних ситуацій, які вимагають поєднання зусиль суб'єктів, що займають різні статусні позиції.

Викликає тривогу відповідь на питання “Кому реально належить влада в Україні?”.

¹ Експертне соціологічне опитування “Роздуми про соціально-політичну ситуацію в Україні” проведене 29 березня – 1 червня 1999р. Емпіричну базу дослідження склали 327 респондентів – слухачів УАДУ ХФ.

Більшість респондентів зазначили, що вона належить асоціальним угрупованням – кримінальним структурам та економіко-політичним кланам. Дослідники відмічають, що співпраця приватних та державних структур призводить до формування економіко-політичних кланів з орієнтацією на власні інтереси, суто групові цілі. Вони мають необмежені можливості впливу на управлінські структури, вплив же держави – незначний.

На думку респондентів, відповідальність за кризове становище в Україні лягає на керівні органи влади (тобто її центральні ланки). Головними причинами є некомпетентне керівництво державою, відсутність лідерів, здатних повести за собою, корумпованість економіки. Аналітики в той же час відзначають, що таке становище недостатньої ефективності механізмів управління є наслідком непрозорості дій управлінських органів для контролю, відсутності відповідальності за реалізацію рішень тощо.

Респонденти вважають, що втручання іноземних країн має негативний вплив на стосунки між ланками державного управління; іноземні позички та кредити суттєво впливають на зміст управлінських рішень з питань вибору напрямку економічного розвитку держави. Фахівці вказують на диктат міжнародних банків, фондів, організацій та їх вплив на соціально-економічну політику в цілому.

Низька оцінка респондентами ефективності заходів соціальної політики свідчить про кризу керівництва. Представники управлінських органів вважають державу неспроможною вирішити суттєві проблеми, дати людям зарплату відповідно їх трудового знеску, зупинити зростання цін та падіння виробництва, захистити національне багатство України від розкрадання та інш.

У зв'язку з цим необхідно удосконалення діяльності органів державної влади, яка б була більш доцільною та ефективною в сучасних умовах. Відсутність коштів навіть на забезпечення базових потреб суспільства не дає можливості державі створити сильну та ефективну систему соціального захисту населення. Так, 39% з опитаних вважають, що держава здатна лише забезпечити мінімальний рівень соціальних гарантій, які б задовольняли мінімальні потреби людини. 1/5 частина управлінців наголошують на необхідності створення для всіх рівних умов та можливостей реалізації трудового, політичного, соціального потенціалу.

В цілому, діяльність держави в сучасних умовах, на думку представників управлінських органів, повинна будуватися на державницьких засадах. Не піддається сумніву, що стан суспільства та рівень його розвитку вимагає впровадження сильної політики владних структур.

Але зрозуміло, що на сьогоднішній день недостатньо зусиль тільки державних органів влади для виходу суспільства з системної кризи. Не менш важливим чинником є створення умов життєспроможності громадських ініціатив, інших елементів громадянського суспільства. Хоча не завжди самоорганізацію населення можна розцінювати як свідчення розвитку позитивної соціальної активності (в разі створення асоціальних угруповань), та все ж активна позиція громадян і їх вплив на політичні процеси має суттєве значення.

Держава є суб'єктом соціальної політики, що спроможний стимулювати неформальну та формальну соціальну діяльність об'єктів її впливу – соціальних груп та інститутів через ініціативи окремих осіб або їх об'єднань. Ідеальну модель участі в соціальній політиці можна представити як рівноправну сумісну діяльність громадянського суспільства та держави. В сучасних умовах в українському суспільстві баланс між ними значно колихнувся в бік державних органів влади, які мають набагато більше практичних засобів реалізації власних інтересів.

Відчуження населення від реального впливу на політичний процес призводить до того, що громадяни починають солідаризуватися на різних засадах (чи групових норм, чи авторитету якоїсь особи та інш.) заради досягнення спільної мети. Але фактично ці об'єднання намагаються задовольнити лише вузькогрупові інтереси, не враховуючи

інтереси суспільства в цілому. Часто вони протиставляють себе суспільству, що дає можливість правлячій еліті попереджувати можливість виникнення масових соціальних угруповань, використовуючи розмежування та відчуження в суспільстві з метою блокування прояву соціального протесту.

Для того, щоб між органами влади та громадянами були встановлені відкриті, ділові, конструктивні взаємостосунки, потрібно докласти чимало зусиль з обох сторін. Важливо розробити такі механізми їх взаємодії, які б відповідали сучасній ситуації. Ми вважаємо, що встановлення та підтримка співпраці між ними можливі через організацію діалогових процедур взаємодії, а також забезпечення високого рівня інформованості про їх діяльність.

Інформація про діяльність громадянських організацій може бути забезпечена через канали комунікаційного зв'язку з органами державної влади. Одним із засобів його реалізації є система обміну інформацією між державою та громадськістю – паблік рілейшнз. Головна мета їх співпраці – створення таких умов, при яких: 1) населення було б інформоване про діяльність державних органів влади і навпаки, 2) забезпечення зворотного зв'язку мала б реальний вплив на зміст управлінських рішень, 3) громадянські організації були б залучені до участі у формуванні місцевої політики та визначенні її першочергових задач. При такому становищі управлінці не тільки б були змушені враховувати громадську думку, але й відповідати перед громадськістю, що знизило б недовіру до влади, запобігло б соціальним конфліктам, стимулюючи соціальну активність населення та ін. Існують й інші форми діалогових відносин, такі як, переговори, публічні дискусії, прес-конференції, інтерв'ю, що дають змогу державі і суспільству здійснювати партнерські стосунки.

Органи місцевого самоврядування змогли б виступати посередником між центральними органами влади та громадськими організаціями, де стикаються певні інтереси населення та держави. Партнерські засади співробітництва можуть сприяти ефективному впровадженню управлінських рішень, легітимації влади. Залучення громадськості до управління соціальними процесами запобігало б узурпації влади та появі владно-кримінальних угруповань.

Таким чином, найбільш важливими шляхами створення умов розвитку ефективної взаємодії між державою та громадськістю є впровадження соціальних та інформаційних комунікацій, постійне публічне обговорення урядових програм та проектів, організація соціального діалогу в цілому.

Скідін О.Л.

УПРАВЛІНСЬКІ ВПЛИВИ: ТЕХНОЛОГІЯ ПРИЙНЯТТЯ Й ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ РІШЕНЬ

The concept "management influence" is explained as a know-how; the proportion of the contents of the concepts of "authority" and "influence" is reviewed. The classification of influences in educational management is given. The inconsistency of the content of the term "experience" is disclosed. The model of general management know-how in the educational institutions and estimation of management activity is proposed. The specificity of routines and operations of management know-hows is analysed.

Поняття "управлінський вплив" розтлумачено в якості технології; розглянуто співвідношення змісту понять "влада" і "вплив". Дана класифікація впливів в управлінні освітянською установою. Розкрита суперечливість змісту терміну "досвід". Запропоновано модель загальної управлінської технології в закладах освіти та оцінки управлінської діяльності. Проаналізована специфіка процедур та операцій управлінських технологій.

Ключові слова: управлінський вплив, влада, напрямки і характер впливів, управлінський досвід, моделі процедур та операцій технологій управління.

Розробка і впровадження соціальних технологій містить у собі такий важливий методологічний аспект, як розвиток форм, визначення характеру, найважливіших напрямків і особливостей управлінського впливу на соціальні процеси.

Під впливом ми розуміємо якомога максимально урівноважений, двосторонній процес співвідношення працівників у соціальній організації. Перехід від влади до впливу означає усунення асиметрії взаємовідношень, які найбільшою мірою притаманні владному типу відношень. Імперативний характер тенденції вирівнювати асиметричність природи влади відбивається і в соціальних організаціях, і в соціальних інститутах, котрі певним чином штучно намагаються "затримати" цей процес – мають на увазі системи з жорсткою адміністративно – командною функцією влади. В таких системах характер "перерозподілу" влади приймає хворобливий, спотворений вид.

Різниця між владою та впливом простежується і з точки зору психологічного сприймання. Ця різниця виявляється головним чином на рівні прийняття управлінського рішення. Коли мова йде про владу, царина прийняття рішень виноситься за межі індивіда. Рішення приймається не ним, а керівником. Зміст владного діяння перебуває у тому, що реалізація прийнятого керівником рішення повинна бути виконана підлеглим. З'являється відчуття неволі, залежності. Коли мова йде про впливи, індивіду пропонуються аргументи, із котрих він повинен вибрати необхідні та прийняти рішення. Головними наслідками цього є: по-перше, ріст почуття відповідальності з боку соціального суб'єкта, по-друге, злиття даних прийняття рішення та самого соціального діяння, що веде до зростання ефективності прийнятих управлінських рішень.

Різницю між владою та впливом потрібно проводити і за мірою діяння. Влада може використовувати для знешкодження різного протидіяння засоби негативного примусу – репресивні механізми, засновані на погрозі покарання, або позитивний примус, в основі якого лежить перспектива винагородження. Вплив же має на увазі

Скідін Олег Леонідович - кандидат філософських наук, докторант кафедри галузевої соціології факультету соціології та психології Київського університету ім.Тараса Шевченка (т.: (044) 225-51-16)

самодіяльність, самоконтроль, пов'язаний з самовинагородженням або завданням збитків, оскільки кінцевою інстанцією прийняття рішення у цьому випадку є сам індивід.

Розглядаючи різницю між владою та впливом, можна відмітити її за зовнішньою функцією, і за інституціональною структурою суспільства. Влада характеризується тим, що вона ієрархічна, припускає обов'язковий розподіл за владними рівнями. У свою чергу вплив є тенденцією до вирівнювання пірамідальності будування владних відношень, і тут він має безпосередній зв'язок з тенденцією соціальної організації до демократизації управління.

Перехід від влади до впливу закладений і в самому механізмі реалізації влади. Влада намагається перейти від прямого діяння до опосередкованого. Ускладнення організаційної й інституціональної структури суспільства, інші причини призводять до розпаду влади. З'являються такі засоби дії на підлеглого, як санкції (позитивні та негативні), впливи через ресурси тощо. Владна дія, в результаті, поступово переростає за своєю сутністю у вплив [1, с.28–31].

Визначаючи управління в навчальній організації як спрямовані впливи на соціальні процеси, відразу ж відзначимо, що серед них на перше місце за значущістю виходить "спрямований вплив". Назва говорить вже сама за себе. Це таке керування, що свідомо націлено на зміну управлінського процесу у навчальному закладі.

Вплив, що здійснюється по каналах зворотнього зв'язку, можна назвати реактивним впливом. До класу реактивних впливів відносять: неучасть у виборах органів управління в організації, пасивна виконавча діяльність, відхід індивіда в замкнутий світ власних інтересів, його самоусуненість від активної діяльності. Інша форма впливу на соціальні процеси - це впливи через участь, тобто впливи за допомогою участі в самих процесах. Але сам факт участі людини в тому або іншому процесі ще не означає, що він управляє ним. Впливи реактивні та через участь - це дві основні форми неспрямованого (стихійного) впливу на соціальні процеси.

Найпростішою формою спрямованого впливу виступає дія, що забезпечує вплив, спрямований на здійснення того або іншого процесу. Так, наприклад, відкриттю нової спеціальності у вузі або коледжі перешкоджає ряд факторів: соціальне замовлення на даний вид фахівців, забезпечення навчально-виховного процесу професорсько-викладацьким складом, матеріальна, науково-методична база. Нарешті, ліцензування й акредитація спеціальності.

Більш складною формою впливу є регулюючий вплив. Його специфіка - у зміні умов здійснення соціального процесу, - тому вплив безпосередньо виявляється, як і в попередньому випадку. Але діє він не на сам процес, а на його умови. Міняючи умови, посилюючи одні їхні компоненти й послабляючи інші, ми тим самим сприяємо бажаним тенденціям і блокуємо небажані.

Безпосередній вплив на соціальний процес можна назвати керованим впливом. Ця форма характеризується не тільки безпосередністю, але і більшою активністю, безперервністю, а в деяких випадках і тотальністю. З позиції керівного впливу, соціальний процес повинен бути весь і завжди в полі зору суб'єкта.

Що ж повинно статись із соціальним процесом у результаті здійснюваного впливу? Залежно від характеру впливу на соціальний процес воно може бути:

- формуючим, при якому формується сам процес як такий. Скажімо, процес професійного навчання формується через спеціальні навчальні заклади;
- стимулюючим, спрямованим на підтримку і розвиток соціального процесу, скажімо, процесу підготовки фахівців із вищою освітою;
- стримуючим або таким, що обмежує, зміст якого - спрямувати напрямок процесу в заздалегідь визначені границі, надаючи йому визначеної (бажаної) форми;
- гальмуючим або перешкоджаючим;
- деструктивним або руйнівним, тобто спрямованим на підриг і усунення тої або іншої соціальної тенденції.

Які ж напрямки впливу на соціальні процеси? Напрямки впливу визначаються через параметри соціального процесу, що піддаються безпосередній зміні. За своїм напрямком вплив на соціальний процес може бути:

- цілеспрямованим або із цільовим орієнтуванням - стихійний, хаотичний процес упорядковується завдяки наданню йому визначеної та чіткої мети;
- цілезмінним (зміна мети), наприклад, у ряді вузів поступово змінюється мета соціального захисту студентів і викладачів: замість звичайної добродійності на перший план усе більше висувається мета створення умов для самотійного вирішення власних життєвих проблем;
- формотворним (зміна форми), наприклад, відомо, що в магазинах і комбінатах громадського харчування деяких навчальних закладів можна розплатитися за товар або послуги по безготівковому розрахунку;
- масштабозмінним (зміна масштабів) щодо об'єкту керування (керування не окремим вузом, а комплексом навчальних закладів);
- зі зміною темпу (з метою його прискорення або, навпаки, уповільнення) тобто йдеться про зміну інтенсивності. Це особливо помітно при розв'язанні внутрішньокolleктивних конфліктів.

В управлінні організаціями освіти важливе місце приділяється способам впливу на різні процеси у середині їх самих. Різноманіття методів і засобів впливу може бути зведене до чотирьох видів:

- вплив, що організаційно упорядковує, здійснюється за допомогою організаційних, правових заходів, (наприклад, стосовно до процесу соціалізації особистості або соціального захисту пенсіонерів);
- вплив, що мотиваційно стимулює. Він здійснюється за допомогою різноманітних стимулів, пільг, санкцій і обмежень;
- селективний вплив, зміст якого у вибіркового сприянні одним чинникам, що умовляють даний процес, і протидії іншим;
- інноваційний або "просувальний" вплив. Зміст його полягає в просуванні застосування передових технологій, які не застосовувалися раніше, не мають аналогів, не вимагають різних винагород.

Можливі і зворотні впливи на освітянські управлінські процеси. Серед них можна виділити наступні:

- вплив, що дезорганізує. Здійснюється шляхом створення комунікативних "шумів", тупиків або інших ушкоджень, нейтралізації лідерів, функціонального відволікання, "двовладдя", "аритмізації" та іншими;
- вплив, що дестимулює, скажімо, такого роду обмеження, як визначений наперед рівень максимальної заробітної плати, припустимий відсоток перевиконання годин навантаження і т.п. Вони роблять дестабілізуючий вплив на навчально-виховну діяльність членів колективу, знижують їхню зацікавленість у роботі;

антиселективний вплив. Він виявляється у тому, що будь-який соціальний інститут (освіта в тому числі) поступово деградує, якщо в ній не спрацьовує механізм добору і закріплення кращих ознак (елементів) чи відхилень, усунення гірших. Процес деградації прискорюється, якщо з елітних груп свідомо виключаються кращі.

Спрямований вплив на соціальні процеси не обходиться і без порушень, що викликаються некомпетентним керівництвом. На відміну від порушень, що допускаються у виробничих технологічних процесах, "соціальні порушення" носять більш прихований характер, виявляються не відразу і не завжди.

Про порушення соціальних процесів ми частіше усього дізнаємося, на жаль, *post factum*, тобто після того, як вони вже відбулися. Це – не кращий варіант вдосконалення діяльності. Він дозволяє, у кращому випадку, тільки усунути помилки, порушення, але не попередити їх. І в той же час "досвід" порушень настільки різноманітний, що його опис і осмислення були б у край корисним для попередження можливих порушень у

майбутньому. У числі найбільш поширених порушень соціальних процесів - їх деформація. Вельми часто допускається і порушення структурної рівноваги.

Соціальні процеси деформуються і тоді, коли вони стають надмірно інтенсивними, що може спричинити вибуховоподібний ефект. Є, зрозуміло, й інші порушення в управлінні соціальними процесами (гіперекстенсивна орієнтація, порушення процесів кореляції, ритму і т.д.), які потребують уважного і спокійного осмислення, аналізу минулого досвіду [4, с.20-25].

Управлінська діяльність в освітянській організації, як цілеспрямований вплив на трудові колективи при опорі на зворотній зв'язок, має забезпечувати різнобічне задоволення соціальних потреб членів колективу. Завдяки такому зв'язку має місце опора на суспільний досвід, в тому числі і в конкретному закладі освіти, що являє собою сукупність соціально – корисної інформації про застосовування в минулому управлінських технологій. Специфіка застосування управлінських технологій полягає в тому, що за короткий час доводиться приймати рішення з широкого кола питань. При цьому виробляється особливий стиль мислення, домінуючим елементом якого стає інтуїція, оскільки досвід є необхідним і найважливішим інструментом суб'єкта управління в застосуванні соціальних технологій.

Водночас, використання нагромадженого досвіду передбачає обов'язкове врахування його внутрішньої суперечливості, що полягає в єдності двох протилежних аспектів - актуального і минулого. Актуальний досвід – це критично осмислена, охарактеризована із врахуванням чинників простору і часу частина досвіду застосування соціальних технологій в управлінській діяльності. Аналіз минулого досвіду проводиться на основі певної методики. М.Марков у зв'язку з цим підкреслює, що “оцінка досвіду минулого являє собою реальну цінність тільки в тому випадку, якщо вона заснована не на інтуїції, не на особистих смаках, а на конкретних наукових принципах” [3, с.137]. У випадку некритичного, ненаукового підходу до минулого досвіду, значна частина його може бути просто втрачена.

Минулий досвід – це застарілий досвід або досвід, що має тенденцію до старіння, зносу. Він втратив здатність застосовуватись у новій ситуації і приносити ефективний результат. Досвід застосування застарілих управлінських технологій виступає одночасно і як атрибут, і як інструмент діяльності суб'єкта управління практично на всіх етапах управлінського процесу.

Внутрішньою причиною еволюції застосування соціальних технологій в управлінні виступає протиріччя. Вже в структурі проблемного протиріччя ми бачимо вплив колишнього досвіду, тому що він входить до числа інтелектуальних ресурсів, на які спирається суб'єкт управління. При цьому гострота управлінської проблеми залежить від розбіжності з минулим досвідом системи: чим більша розбіжність, тим гостріша проблема. Можливий і крайній варіант, коли нова проблемна ситуація цілком не відповідає минулому досвіду. Діяльність суб'єкта управління на цьому етапі управлінського процесу спрямована на аналіз проблемного протиріччя та його теоретичне вирішення у вигляді формування мети. Природно, що всі ці дії здійснюються з використанням досвіду застосування соціальних технологій в управлінні на засадах розв'язання раніше виниклих протиріч. Досвід забезпечує виявлення, оцінку і визначення змісту управлінських технологій в межах певної систематизації і на цій основі він набуває значення істинності. Також досвід дає можливість виявити подібність і різницю між проблемними ситуаціями і таким чином дозволяє заощаджувати час на їх рішення; допомагає уникнути суб'єктивних помилок і наближає до системного аналізу проблем. Він також є основою для творчості суб'єкта керування. Однак не можна і переоцінювати роль досвіду, тому що в цьому закладена небезпека пристосування проблем під уже застарілі схеми управління.

Особливо велике значення набуває як досвід, так і знання його суперечливості в процесі застосування управлінської технології на стадії ухвалення рішення практично

всіх типів. Перший тип рішень, звичайно, будується на основі аналогії: минулий досвід переноситься на нову, в чомусь подібну ситуацію. Найчастіше керівники підрозділів навчальних закладів використовують минулий досвід автоматично, не виділяючи в ньому актуальне і необхідне. Наслідком цього виявляються неточні або неправильні рішення. Тоді як при виявленні актуального аспекту минулих соціальних технологій, їхньому ретельному аналізу з'являється можливість оцінити здатність цього досвіду для вирішення нових завдань. У соціальних управлінських технологіях, приймаючи рішення за аналогією, суб'єкт повинен враховувати, що буквально аналогічні умови не повторюються. Звідси - важливо враховувати специфіку різниць.

Другий тип рішень виходить із явищ, що переважно знаходяться на поверхні соціальних відношень. До цього типу рішень А.Маміконов відносить також рішення, прийняті на основі логіки, коли послідовність міркувань будується за формально-логічними законами [4, с.44].

Третій тип рішень створюється на основі такої технології, де в основі лежить метод відсотків, що являє собою аналіз минулих помилок, допущених при прийнятті попередніх рішень у подібних проблемних ситуаціях і формуванні "моделей" типових помилок. Використання даної технології важливе і корисне, хоч і обмежене. У технології відсотків аналіз помилок минулого дає відповідь тільки на питання: що не треба робити? Замість того, щоб одержати позитивну відповідь: що робити слід?

Четвертий тип управлінських рішень будується на інтеграції різних технологій, спираючись на новітні соціальні технології, що застосовуються в управлінському процесі. Тут враховується і минулий досвід, і його недоліки, і помилки вчорашнього дня, і що особливо важливо, передбачається не тільки вибір одного з альтернативних варіантів, а їх синтез. Також допускається можливість певних втрат при застосуванні цієї управлінської технології.

Суперечливість досвіду знаходить своє виявлення при здійсненні організаторської функції у процесі реалізації мети. А саме: в протиставленні між сформованими в підсистемі управлінської діяльності нормами і необхідністю їхнього удосконалення або зміни. Головна функція досвіду в управлінській діяльності перебуває у формуванні норм. Утворюючись на основі систематизації конкретних чинників управлінської діяльності, відношень і зв'язків управлінського процесу, норма концентрує в собі логіку осмислення управлінської ситуації. При цьому важливо відзначити, що в процесі керування нерідко стихійно відбувається добір таких елементів минулого досвіду, що визначають його актуальну якість.

Сукупність норм застосування соціальних технологій у керуванні створює організаційний порядок, що виступає як об'єктивно необхідний спосіб функціонування суб'єкта управління. Формування норм організаційного порядку, що забезпечують усталеність і стабільність процесу управління, його оптимальну організацію, є найважливішою закономірністю управлінської діяльності [5, с.117-122].

Значення стратегічних і аналітичних підходів в умовах перехідних станів багаторазово зростає на всіх рівнях управління. Виникає необхідність мати стратегію розвитку кожного навчального закладу. Найсерйозніша увага концепціям трудових асоціацій, соціальних макросистем приділяється сьогодні в численних роботах, що виходять на Заході [6, 7, 8, 9, 10].

Соціальні технології являють собою новий і поки що не усвідомлений повністю спосіб досягнення мети у всіх сферах управління, що властиво для будь-якого процесу нововведення. Соціальні технології, безсумнівно, мають бути ефективними при таких умовах:

- а) при безупинному нарощуванні їх наукомісткості;
- б) при подоланні кризової ситуації в суспільстві і розвалу економіки, коли інновації не потрібні або передчасні (90% уже відомих розробок в галузі соціології праці, соціології політики і культури поки що залишаються нереалізованими);

в) при наявності фахівців – соціальних технологів (інженерів), які готуються на сучасній науково-методичній базі і реально беруть участь в управлінні закладами освіти;

г) при зміні відношення суспільства до інтелектуальної діяльності, подоланні бездуховності й антиінтелектуалізму, негативного інноваційного тла, що створює бар'єр несприйняття на шляху до вироблення будь-якого неординарного рішення, наукомісткого проекту [11, с.15-20].

Соціальне управління – це діяльність по організації суспільних процесів, що заснована на свідомому використанні властивих їм закономірностей. Воно є цілеспрямованим впливом на основні сфери і структури суспільної системи з метою планомірного їх удосконалювання і розвитку.

У широкому розумінні об'єктом такої діяльності є вся система соціальних відносин на відміну від керування окремими процесами. Головним завданням соціального управління є досягнення відповідності суб'єктивної діяльності людей вимогам об'єктивних законів соціального розвитку, забезпечення оптимального функціонування і розвитку соціального організму. Зміст поняття “соціальне управління” може інтерпретуватися і вужче. У цьому випадку з'ясовується специфіка керування соціальними відносинами, соціальними групами, а також стосунками усередині різних людських спільнот, особливості регулювання внутрішньокolleктивних стосунків, характер цілеспрямованого формування мотивів діяльності і поведінки людей [12, с.646-648].

Для технологізації будь-якого процесу необхідна наявність принаймні двох умов. Перша: сам процес повинен мати такий ступінь складності, що дозволяв би та вимагав розчленовування його на відносно самостійні частини. Отже, потреба в створенні технології диктується насамперед самим об'єктом і ступенем його складності. Друга: вишукування засобів, що дозволяли б так систематизувати дії суб'єкта, щоб максимальний ефект досягався при мінімумі витрат.

Значення технології полягає насамперед у тому, що вона робить управлінський процес більш раціональним, включаючи в нього тільки ті види діяльності й операції, які необхідні для досягнення поставленої мети. У цьому плані впровадження сучасних технологій стає основною умовою зниження витрат на управління, на підвищення його ефективності. Технологізація управлінського процесу відповідає суб'єктивному прагненню людини визначити той природний алгоритм, що полегшує діяльність та підвищує її ефективність.

Першою ознакою будь-якої технології є розмежування на внутрішні етапи, фази, операції. Зміст цієї процедури: точно визначити межі елементарних вимог до суб'єкта, який діє за даною технологією, та забезпечити оптимальну або близьку до оптимальної динаміку розвитку процесу.

Другою ознакою є координованість і поетапність дій, спрямованих на досягнення пошукуваного результату. Послідовність дій, порядок їх виконання повинні базуватися на внутрішній логіці функціонування і розвитку даного процесу.

Третя ознака: кожна технологія передбачає однозначність виконання включених у неї процедур і операцій. Це вирішальна, неодмінна умова досягнення результатів, адекватних поставлених меті. Чим значиміше відхилення в діях суб'єкта від параметрів, запропонованих технологією, тим реальніше і серйозніше небезпека деформувати весь процес і одержати результат, не відповідний очікуваному. Причому деформація однієї процедури або операції відбивається на всьому технологічному ланцюжку і заздалегідь визначає незадовільні наслідки.

Застосування соціальних технологій в управлінні закладами освіти уможливорює набагато більший діапазон відхилень, ніж у виробничих процесах. Але й у першому випадку відхилення можливі тільки до певних меж, після яких замість творчості починається суб'єктивізм.

Управлінню властиві об'єктивна логіка і тому застосування соціальних технологій

є не що інше, як відбиток і упорядкування діяльності людей відповідно до цієї логіки. Чим тісніше технологія пов'язана з теорією, тим більше можливість перетворити її в засіб зміни дійсності, у засіб впровадження наукового знання в практику. Поява і розвиток технологій відкриває принципово нові можливості для більш плідного використання знань, для перетворення науки у соціально перетворюючу силу.

Розробка ефективних управлінських технологій – проблема загальносоціального значення, справа людей, що усвідомили його суспільні потреби. За допомогою соціології, психології, ергономіки, етики, теорії соціального управління й інших наук соціоінженери повинні виявити і сформулювати чисто людські, нематеріальні аспекти технологізації управління і зазначити способи їх використання.

Для соціології це може означати таке: вона повинна давати інформацію не тільки статистичну, синхронну характеру даного часу, але й інформацію, що висвітлює тенденції сьогодення і майбутнього розвитку явищ і процесів, тобто інформацію прогностичного характеру. Більш того, необхідна також інформація, що давала б можливість альтернативних рішень.

Борг науки – розкрити сутність технології, її співвідношення з іншими явищами, описати й обґрунтувати значення соціальної технології в управлінні, а також запропонувати моделі технологій для основних видів управлінської діяльності. Значне місце в теорії технологій повинні зайняти принципи проектування і впровадження управлінських технологій. Поряд із класичними принципами (спеціалізація, пропорційність, паралельність, безперервність, ритмічність) виникла потреба сформулювати й обґрунтувати нові принципи, що відповідають духу часу: принципи технологічної єдності управлінського процесу, відповідно до яких технологія повинна являти собою єдину систему і мати оптимальні зв'язки з іншими технологіями на всіх рівнях управління; принципи єдності техніки і технології, що вимагає розробляти сучасні технології на основі комп'ютерної техніки; принцип єдності технології й організації, цільове призначення якого – показати обмежену сполученість можливостей технології з організаційним чинником і комп'ютерними системами.

Якими б різноманітними не здавалися окремі технології, в основі кожної лежить деяка базисна структура. Будь-яка технологія розробляється спочатку на абстрактному теоретичному рівні, а через нього виражається специфіка управління як виду соціальної діяльності. Описати базисну структуру – означає створити логіко-інформаційну базу для проектування і впровадження таких технологій, що містять у собі природу управління взагалі і відіграють роль інструмента, що забезпечує його оптимальне функціонування.

Щоб мати необхідну універсальність, глобальна технологія управління повинна задовольняти ряд умов: затверджуватися в ролі глобальної може тільки та технологія, що впливає з природного ходу управління, тобто містить у собі формулювання мети, ухвалення рішення шляхом зіставлення різних варіантів і альтернатив, організацію виконання рішення, аналіз результатів. Друга вимога до глобальної технології – вона повинна бути всеохоплюючою і в той же час укрупнювати питання при їхньому вирішенні.

Звичайно, було б абсурдним вимагати, щоб глобальна технологія увібрала в себе все технологічне різноманіття реального управлінського процесу в цілому. У неї інше цільове призначення – визначити істотне, загальнозначуще, обов'язкове в кожному управлінському аспекті. Тільки за цієї умови вона може виступити в ролі методології при розробці часткових (конкретних) технологій управління [3, с.73-74].

Базуючись на принципі єдності функцій, організаційних структур і технологій, можна сформулювати ще одну істотну вимогу до глобальної технології управління. Вона повинна враховувати сформовану структуру керування в загальнонаціональному масштабі, усталений розподіл щодо компетенцій і функцій між окремими його ієрархічними рівнями чи ланками. Технологія, що відбиває структуру господарського чи державного управління і не співвіднесена з групуванням функцій по блоках, не

може стати реальним чинником удосконалення процесу керівництва. Не обмежуючи волю дій соціального суб'єкта, будучи у певному змісті індиферентними до нього, технології мають бути своєрідними рамками, функція яких – “приборкати” свавілля особистості, регламентувати дії суб'єкта управління. Регламентація повинна здійснюватися, як мінімум, за двома напрямками: нормативно-правовому й економічному.

Власне кажучи, будь-яка соціальна технологія являє собою своєрідну єдність формалізованих і неформалізованих дій. Схематично загальну (глобальну) соціальну технологію в управлінні закладом освіти можна представити в такому вигляді:

Перша процедура: формування мети.

Операції: діагноз, формулювання “дерева цілей” і кінцевої мети, що закладається, стратегія дії, конкретні завдання.

Друга процедура: ухвалення рішення.

Операції: виявлення проблемної ситуації, моделювання варіантів дії, прогнозу проектування моделі, вибір оптимального варіанту, затвердження рішення.

Третя процедура: організація соціальної дії.

Операції: розподіл завдань між виконавцями, правове, кадрове, ідеологічне і тому подібне забезпечення, координація і регулювання процесу виконання, контроль.

Четверта процедура: аналіз результатів.

Операції: зіставлення запланованих і досягнутих результатів, відкриття нових проблемних ситуацій, початкове формування нової мети (“дерева цілей”).

У запропонованій моделі управлінського циклу освітньої організації не відокремлюються процедури й операції, пов'язані зі збором й обробкою інформації, оскільки інформація є основою і необхідною передумовою виконання всіх процедур і операцій, властивих соціальній технології в управлінні.

Процедури й операції, що включаються у соціальну технологію, виступають у ролі її структурних елементів лише доти, доки технологія зайнята вирішенням завдань вищого рівня абстракції, отже, являє собою технологію загальнозначущу. При трансформації соціальної технології в систему конкретних технологій, ранг тієї або іншої процедури може істотно мінятися. Окремі процедури, навіть окремі операції соціальної технології, можуть інтегруватися як цілісна самостійна технологія більш часткового порядку, тобто залежно від “дерева цілей” відповідно створюються і технології, і процедури цих технологій. Так, наприклад, операція прогнозного проектування у соціальній технології управління є лише елементом процедури формулювання мети, а в іншій ситуації може розглядатися як самостійна технологія.

Описана вище модель відбиває реальний освітянський управлінський процес. І в той же час являє собою засіб, інструмент для його подальшого соціологічного дослідження. Процедури й операції моделі відповідають реальним діям керівних органів закладів освіти при прийнятті ними рішень і при їхньому виконанні.

Ця модель є сукупністю найважливіших положень теорії управлінських впливів; вона побудована відповідно до вимог програмно-цільового і комплексного підходів. Виділення значення мети модифікує всі наступні процедури й операції, дозволяє використовувати наявний управлінський потенціал для прийняття оптимальних рішень.

Застосування моделі дозволяє визначити чіткі межі циклів управлінських впливів, забезпечуючи логічний перехід від завершальної стадії одного циклу до початкової стадії наступного циклу.

Пріоритет мети особливо ясно виявляється в освітньому керуванні, що завжди мало і буде надалі мати цілеспрямований характер. В основі його – логіко-конструктивний аналіз істотного і майбутнього стану даної системи. За допомогою визначення мети передбачається бажаний у майбутньому стан соціального інституту освіти. Завершує операції в рамках першої процедури – визначення конкретних завдань. Кінцева мета підрозділяється на окремі локальні цілі, а останні – на конкретні завдання. Складається “дерево цілей”, що являє собою системну ієрархію цілей, що виражає їхню

співпідпорядкованість із взаємозв'язком. Діяльність, пов'язану з визначенням мети, логічно продовжує процедура "ухвалення рішення".

Друга процедура соціальної технології в управлінні - це операція "визначення проблемної ситуації", яка має характеризувати той стан середнього або вищого навчального закладу, у якому виникнули і розвинулися певні протиріччя між вимогами до системи і рівнем її функціонування. Зняття цих протиріч - необхідна умова для нормальної діяльності і розвитку освітньої організації.

Визначення проблемної ситуації - процес пізнавальний. Щоб володіти здатністю розпізнавати й ідентифікувати проблемні ситуації, керівник повинен опанувати комплекс методів наукового пізнання. Сюди входять спостереження, порівняння, експеримент, абстрагування тощо. Свідоме і цілеспрямоване використання сучасних методів пізнання дає можливість зробити конкретні висновки і рекомендації, а їх специфіка в галузі управління полягає саме в розпізнаванні проблеми, потреба вирішення якої диктується об'єктивною логікою ситуації.

Однією з найважливіших умов забезпечення ефективності застосування соціальної технології в управлінні саме і є своєчасність розпізнавання й усвідомлення суперечностей. Особливо важливо не допустити великого розриву в часі між моментом розпізнавання й усвідомлення.

Як правило, прийняттю управлінського рішення передують деякі зміни як в об'єкті, так і в суб'єкті управління. У життєдіяльності освітянської організації безперервно виникають нові явища і процеси. Ще до їх повної, чіткої фіксації з'являються відповідні симптоми, що стають достатньою підставою і стимулом вивчення нової ситуації, а в разі потреби й ухвалення рішення.

Після виявлення проблемної ситуації стає зрозумілим, яку проблему варто вирішувати. Але не ясно, яким чином це буде відбуватися. Для знаходження відповіді на це питання й існує процедура "обґрунтування варіантів дії". Як правило, із кожної конкретної ситуації є не один, а багато виходів. Перед тим, як приступити до акту ухвалення рішення, варто виявити всі можливі виходи.

Кожний конкретний аналіз або спосіб дії має свої "плюси" і "мінуси". Ніяке рішення не може бути абсолютно правильним, тобто оптимальним у всіх відношеннях. Тому завдання операції "вибір оптимального варіанта дії" - мати якнайбільше позитивних сторін і якнайменше - негативних.

Завершальний етап процедури ухвалення рішення - операція "затвердження рішення". До цього відповідального акту необхідно підходити творчо, але виявляти максимум об'єктивності. Часто доводиться приймати рішення в складних ситуаціях, в яких діє безліч чинників. Іноді на їх врахування немає ні часу, ні якісної інформації. Несприятливі чинники можуть бути нейтралізовані за допомогою сучасних науково-обґрунтованих підходів, використання яких у нинішніх умовах становлення технологій стає імперативним.

Третя процедура соціальної технології в управлінні - організація соціальної дії. Зміст її - у мобілізації людських, матеріальних і фінансових ресурсів для досягнення мети. У рамках цієї процедури міститься ряд дій, у результаті яких система з неоптимальної перетворюється в оптимальну.

Технологізація освітянського управління за допомогою описаних процедур дозволяє вирішувати наступні завдання:

визначити перелік оптимально необхідних змістовних операцій, що забезпечують регулювання управлінського процесу. Вплив на підпорядкованого з метою одержання пошукуваного результату може бути всіляким за своїм змістом, тобто процедура визначає перелік операцій, що в умовах даного колективу здатні забезпечувати найбільш позитивний ефект із найменшими витратами;

забезпечувати нормативність процесу впровадження технології, що вкрай необхідно, особливо у великих навчальних закладах, де впровадження йде одночасно

або послідовно в різних підсистемах (інститутах, факультетах, кафедрах, підрозділах). Скорочення числа операцій за допомогою процедури дозволяє знизити витрати на підготовку персоналу, об'єднати дії виконавців у єдину систему, а також скоротити час освоєння завдань кожним із них при одночасному зменшенні спонтанних чи помилкових дій;

чітко визначити межі дій кожного виконавця, незалежно від його посади і соціального становища в колективі, з виходом на механізми стимулювання і відповідальності;

створювати постійні інформаційні потоки, без яких неможливе ефективне регулювання управлінських процесів, а також здійснювати вихід цих потоків через комп'ютерні системи. Оперативність обробки вихідної інформації дозволяє управляти в масштабах реального часу.

Значно сутужнішою і тривалішою є наступна операція - асиміляція форми та змісту переданої директивної інформації. Чим суттєвіше прийняте рішення, тим більшого кола людей воно стосується, тим більш необхідна планомірна і цілеспрямована робота для роз'яснення змісту і значення проектованої дії.

На виконання прийнятого рішення, як правило, впливають - прямо або опосередковано - ряд чинників і обставин, кількість яких зростає з часом. Ускладнення соціальних взаємодій, наявність різноманітних, найчастіше суперечливих способів задоволення суспільних потреб можуть призвести до деформування процесу виконання прийнятого рішення. В підсумку саме заплановані результати не будуть отримані. Звідси випливає, що суб'єктивний чинник при реалізації управлінських рішень повинен перманентно виконувати функцію координації регулювання.

Нарешті, у рамках процедури "організація соціальної дії" особливе місце має контроль. Систематичний контроль сприяє вихованню керівних кадрів, формуванню правильного стилю роботи, підвищує почуття відповідальності у кожного працівника. Усунувши відхилення процесу від заданих параметрів, контроль стимулює керівників усіх рангів вжити належних заходів до того, щоб відрегулювати процес і скорегувати ті дії, що оцінені як шкідливі. Зміст контролю - забезпечити досягнення мети, домогтися вирішення поставленого завдання.

Четверта, завершальна процедура технології в управлінні - аналіз отриманих результатів. Її основний зміст полягає в узагальненні й аналізі результатів виконання управлінського рішення, визначення "коефіцієнту корисності". За допомогою так званої зворотньої інформації порівнюється "вихід" із "входом" системи.

Для успішної реалізації процедури "аналіз отриманих результатів" необхідно мати розроблену систему науково обґрунтованих критеріїв оцінки.

Оцінка ефективності соціальної технології в управлінні особливо складна в тих випадках, коли результати незадовільні з різних причин. Зв'язок між рівнем керівництва і ефективності результату чи діяльності означає, що незадовільні результати в усіх випадках є наслідком тільки переважно недоліків керівної системи. Головне - об'єктивно і критично оцінити, які недоліки викликані дією суб'єктивного чинника, а які - причинами, що від нього не залежать.

Для оцінок такого роду управлінських дій можна запропонувати наступну процедуру.

Перше. Аналізуються ресурси системи (матеріальні, трудові, організаційні і т.д.) і повторно оцінюється обґрунтованість цілей, що стоять перед організацією у даний період. Якщо виявляється невідповідність цілей і ресурсів, то корегується критерій оцінки.

Друге. Розглядаються взаємозв'язки оцінюваної системи з іншими соціальними системами та вказується (за можливістю), який вплив зробили вони на кінцевий результат. На цій підставі встановлюється реально досяжний результат, а вища інстанція оцінює роль керівника і керівництва в цілому в досягненні результату.

Третє. Після вироблення загальної ретроспективної оцінки внутрішніх можливостей системи і зовнішніх впливів на неї досліджуються дії керівника в даній ситуації, дається відповідь на питання, як він впливав на реалізацію завдань, поставлених перед організацією, що зробив для подолання перешкод об'єктивного і суб'єктивного характеру [3, с.83-84].

Важливий методологічний момент при оцінці управлінської діяльності - єдність кількісних і якісних критеріїв. При конкретності змісту кожного з цих критеріїв, вони можуть динамічно змінюватися залежно від етапу розвитку соціального організму як цілого.

Таким чином, соціальні технології в управлінні навчальною соціальною організацією постають у вигляді ряду послідовних процедур: формулювання мети, ухвалення рішення, організація соціальної дії, аналіз отриманих результатів – вони вказують шлях до подальшого удосконалювання соціальних технологій в управлінському процесі.

Планування, на прикладі управління вузом, починається з визначення мети й основних параметрів розвитку вищого навчального закладу на плановий період. Воно містить у собі операції: встановлення потреб вузу, як соціальної організації, в рамках планового періоду; аналіз досягнутого рівня розвитку і наявного потенціалу; прогноз економічного розвитку, соціальних відношень, розвитку навчально-виховного і науково-методичних процесів; трансформація вказівок, наказів, рекомендацій вищих органів і організацій у систему специфічних для даного періоду конкретних цілей і завдань. Планування в даному випадку здійснюється зверху вниз. Так само розробка комплексних програм розвитку навчально-виховного процесу, науково-методичної й адміністративно-господарської діяльності, соціального життєзабезпечення членів колективу; планування змін у виробничій і соціальній структурі; формування концепції розвитку вузу і визначення контрольних цифр; розробка довгострокових нормативів і правил діяльності; координація з місцевими органами влади і вищестоячих організацій.

Третя процедура: планування знизу вгору. Операції: розробка кафедральних планів і проектів окремих підрозділів; всебічне ув'язування й узгодження планів; захист своїх планів у відповідній вищій інстанції.

Четверта процедура: ствердження єдиного внутрішньовузівського плану розвитку. Операції: узгодження єдиної галузевої концепції з планами окремих вузів і науково-навчальних комплексів; всебічне балансове і ресурсне врегулювання на всіх рівнях; укладання контрактів і господарських договорів; підписання довгострокових угод і договорів із вітчизняними та закордонними вузами.

П'ята процедура: організація виконання плану. Операції: розчленування загального плану вузу на планові завдання і цілі; поточне регулювання соціально-економічного розвитку; контроль за виконанням планових завдань; звіт про виконання єдиного державного плану і за контрактними замовленнями; звіт внутрішньовузівських підрозділів.

Істотна особливість викладеної вище концепції полягає в тому, що вона скоріше є одним із варіантів моделі, ніж розгорнута технологія. Те, що лише намічено штрихами, у реальній практиці планування у вузах постає як сукупність безлічі дій. Для конкретного і послідовного впровадження в практику технології планування необхідно, на основі вищенаведеного варіанту, детально і цілеспрямовано визначити зміст основних процедур і операцій, з котрих, власне, і складається безпосередньо планова діяльність. Однак це зовсім не применшує ролі даної моделі. Значення запропонованого варіанту полягає в тому, що він визначає підхід до планування в його найзагальнішому вигляді, використовуючи при цьому досягнення науки у вирішенні складних управлінських завдань.

Зупинимось детальніше на окремих елементах технології планування. Перша операція першої процедури – встановлення потреб вузу як соціальної організації в рамках планового періоду. Тут потрібно мати на увазі створення передумов для

комплексного задоволення матеріальних і духовних потреб, що перманентно змінюються, а можливості їхнього задоволення з боку суспільства обмежені в умовах глибокої кризи. При здійсненні даної процедури винятково важливе значення набуває аналіз структурних змін у комплексі потреб особистості і можливостей вузу як соціальної організації.

Розробка плану не може не базуватися на реальних можливостях вузів або інших закладів освіти. Будь-яке планування, що не враховує потенціал суспільства, буде суб'єктивістським і не зможе служити інструментом розвитку. Отже, винятково важливо, в рамках саме цієї операції, охарактеризувати не тільки стан кожного структурного елемента, але розкрити взаємодії всіх компонентів, вбачаючи в ньому чинник умноження результатів.

У рамках першої процедури планування важливе місце приділяється операції прогнозування, що є частковою соціальною технологією. Але в контексті технології планування вона виступає операцією, яка повинна здійснюватися так, щоб прогнози були надійними, щоб у них були відбиті всі компоненти соціального організму в їхній діалектичній єдності. Особливо важливо, щоб поряд з економічними і науково-технічними процесами прогнозування були охоплені загальносоціальні та особистісні зміни, всі аспекти управління життєдіяльністю вузу. Оптимальність плану і його цільовий характер значною мірою залежить від того, чи розроблена прогностична модель особистості студента на конкретний перспективний період? Створення такої моделі відкриває можливість планувати роботу і діяти так, щоб уже зараз формувати особистість, адекватну концепції національного виховання [13].

У сучасній технології управлінського планування важливе місце приділяється двом процедурам: плануванню зверху вниз і знизу вверх. Воно необхідно для забезпечення єдності в розвитку структурних компонентів вузу як цілого, для раціонального використання різних видів ресурсів і можливостей, для пропорційного і гармонійного розвитку на факультетських і структурних розрізах.

Процедура планування зверху вниз містить у собі ряд операцій. Вона розпочинається з концепції розвитку вузу і розробки програм для головних напрямків діяльності - визначення узагальненого, глобального підходу до розвитку вузу на планований проміжок часу. Обов'язковість використання комплексних програм доведена теоретично і підтверджена практикою. Переваги їх у тому, що вони пов'язують воедино економічні, соціальні й інші заходи, спрямовуючи їх до однієї, ясно наміченої мети.

Комплексні програми використовуються тоді, коли потрібні зусилля багатьох підрозділів для вирішення загальновузівських проблем, для реалізації яких потрібні значні ресурси. У технології планування винятково велика увага приділяється формуванню плану знизу вверх. Цей аспект планування довгий час недооцінювався. Планування знизу вверх починається з укладання проектів у підрозділах, кафедрах. Відповідно до нормативних документів вони повинні передбачати завантаження професорсько-викладацького складу, аудиторного фонду, інших потужностей, ефективні витрати сировини, інших матеріалів, енергії і палива, модернізацію і самовдосконалення різних видів діяльності, спрямованих, по можливості, на формування високого рівня свідомості й інтелекту не тільки у студентів, але і серед професорсько-викладацького складу, усіх працівників вузу.

На думку Ю.Канигіна і Ю.Яковенка, інтелект – це характеристика, що означає здатність до створення (здатність створювати принципово нове), а соціальний інтелект – не сума індивідуальних інтелектів, а система, рівень функціонування і віддачі якої визначається не стільки індивідуальними здатностями спільноти людей та ЕОМ, скільки інформаційними зв'язками (комунікаціями) між ними. Під соціальним інтелектом розуміється здатність до соціальної і колективної творчості – до створення нових знань, рішень (новацій) [14, с.9,13].

Нині у філософській і соціологічній літературі співіснують декілька альтернативних концепцій виникнення інтелекту: незалежне від еволюції вічне космічне явище, результат

впливу космічних чинників на складно організовану матерію; закономірний результат еволюції матерії на Землі і т.п. [15, с.40-50].

З певною мірою умовності погодимось, що інтелект виникає при відповідних умовах на визначеному рівні.

М.Мамедов та М.Чернецов визначають інтелект як вищу властивість матерії, що дозволяє їй усвідомлювати саму себе, свою еволюцію і перспективу. Складаючи основу теоретичного освоєння дійсності, інтелект у міру становлення його раціональних форм, перетворюється у продуктивну силу суспільства, найважливіший засіб творчої діяльності. Завдяки цьому став можливий перехід від біогенного до техногенного етапу у взаємодії суспільства і природи, намітився перехід від техногенного до ноогенного етапу в даній взаємодії [15, с.41].

Розвиток знання, інтелекту ґрунтується на постійному розв'язанні протиріччя, знятті одних і появі на їх місці якісно більш складних. Таким чином, виникає фундаментальне завдання – керування розвитком інтелекту, визначення пріоритетної межі його розвитку. Управління соціальним інститутом освіти, в цьому плані, розглядається як окремий випадок фундаментального завдання, тому що інтелект пронизує не тільки сферу освіти, науки, але і всі сфери духовного виробництва і культури в цілому.

Література:

1. "Технология власти" /философско-политический анализ/М.: ИФРАН, 1995– 163с.
2. Социальные технологии: вопросы теории и практики / Ред. кол. Б.М.Бабосов и др. Киев: Укр. акад. наук национального прогресса, 1994, Кн.1, –128с.
3. Марков М. Технология и эффективность социального управления. М.: Прогресс, 1982– 267 с.
4. Мамиконов А.Г. Принятие решений и информация. М.: Наука, 1983.– 183с.
5. Силаева Г.М. Управленческий опыт: социальная сущность и противоречивые функции//Опыт и его место в социальном познании. Сборник научных трудов. Калинин: КГУ, 1984.–С.117-122.
6. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер: Для руководителя практика. М.: МП "Дело", 1991.–312 с.
7. Мерсер Дэвид. ИБМ: управление в самой преуспевающей корпорации мира / Пер. с англ., общ. ред. и предисл. В.С.Загашвили. М.: Прогресс, 1991.–456 с.
8. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг; Сокр. пер. с англ. М.: Экономика, 1990–352 с.
9. Эрхард Людвиг. Благосостояние для всех/Пер. с нем. Предисловие Б.Б.Багаряцкого, В.Г.Гребенникова / М.: Начала-Пресс, 1991.–332 с.
10. Якокка Ли. Карьера менеджера. При участии У.Новака; Пер. с англ. Под ред. Елисеевой И.И. М.: Аудит: ЮНИТИ, 1997.–590 с.
11. Богданов В.В., Иванов В.Н. Информация и технологизация социального пространства: проблемы предотвращения катастроф, взрывов и напряжений // Информатизация и технологизация социального пространства. Москва-Нижний Новгород: Изд-во Волго-Вятского кадрового центра, 1994.–С.16-38.
12. Грищенко К.К. Управління соціальне // Соціологія: короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В.І.Волович, В.І.Тарасенко, М.В.Захарченко та ін.; Під заг. ред. В.І.Воловича. – К.: Укр. Центр духовн. культури, 1998.–С.646-648.
13. Коломоец С.М. Особенности проектирования модели современной личности // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Київ-Запоріжжя-Одеса: "Етта-Пресс", 1998. Вип.3. – С.210-223.
14. Каныгин Ю.М., Яковенко Ю.И. Введение в социальную когнитологию. К.: Наукова думка, 1992. – 114 с.
15. Мамедов Н.М., Чернецов М.М. Интеллект и информационная технология // Наука и технология: Методологические и социально – экономические аспекты взаимодействия / Жог В.И., Дегтярёв Е.В., Цыганков А.П. и др. М.: Наука, 1990.– С.40-50.

ПАРАДИГМАЛЬНЕ ЗНАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Innovational methods applied in the solving of the current problems became the effective means in the hands of power representatives. Innovation activity is the specific form of active attitude to surrounding with the meaning of expedient changes and transformation. A person may become a subject of innovational activity only under condition of execution of certain duties in the society, which are stipulated for certain necessities, interests and motives.

Зміни, які відбуваються у нашому суспільстві, вже набули тотального характеру та задають нові вимоги до вивчення усіх видів діяльності людини, які традиційно вивчаються соціологією, а також до самої наукової діяльності у галузі соціології. Інноваційні методи, які застосовуються для вирішення самих різних питань та проблем сучасного життя, є ефективним засобом в руках управлінців та представників влади. Інноваційна діяльність – це специфічна форма активного відношення людини до навколишнього світу, зміст якої складає його доцільна зміна і перетворення. Суб'єктом інноваційної діяльності людини може стати лише при виконанні у суспільстві певних обов'язків, які зумовлені конкретними потребами, інтересами, мотивами.

Ключові слова: інноваційна методологія, потреби, предметна діяльність, суб'єкт діяльності.

Як керувати, не керуючи? Тобто забезпечити не керований (із зовні), а самоскерований розвиток у соціумі. Суть не у насильницькому переструктуруванні знань “когнитивних ніш” по бажанню когось, а в тому, щоб дати простір для самоорганізації, щоб розвинуте знання само виходило на ідеальні структури. Сінергетичне бажання когнитивного світу приводить до розуміння ролі правильних резонансних впливів, для прискорення розвитку, для вибору найкоротших шляхів до нового знання в індивідуальній творчості, та в пошукових прагненнях колективного розуму. В цьому процесі відчутне місце займає інноваційна діяльність, яка впливає на контури майбутнього.

Зміни, які відбуваються у нашому суспільстві, вже набули тотального характеру та задають принципово нові вимоги до вивчення усіх видів діяльності людини, які традиційно вивчаються соціологією, а також до самої наукової діяльності у галузі соціології. Недостатність чисто дослідницької парадигматики почала відчуватися у світовій науці декілька десятиків років назад, у вітчизняній соціології цей процес почався у 80-х роках появою перших праць з прикладної соціології.

Але динаміка останнього десятиріччя значно звузила як можливості дослідницького підходу, так і можливості підходу технологічного. І дійсно, результати конкретних досліджень не встигають за змінами об'єктів цих досліджень та мають часто лише історичну цінність. А соціальні технології, навіть будучи реалізованими на практиці, вже через деякий час виглядають причудливими оазисами штучного порядку у стрімко розвиваючих соціальних, економічних та політичних процесах нашого часу.

Питання про можливості та необхідність впливати на практичне життя для багатьох соціологій звучить некоректно, бо традиційно функціями науки є вивчення, пояснення

Шуст Наталія Борисівна — докторант Київського національного педагогічного університету (т.: (043) 235-48-29)

та передбачення різних соціальних феноменів. Необхідно поставити та вирішити два кардинальних методологічних питання - про інтеграцію багатьох галузей науки з фокусуванням на соціології та про інтеграцію дослідницького підходу з практично-діяльністним, причому дослідження та вплив розглядаються тут у якості необхідних для практичного вживання та розвитку як соціальних систем, так і самої соціології. Практика вже давно ставить питання перед наукою про необхідність комплексного, інтегрованого, синтетичного підходу до явищ і процесів соціального життя. На це питання як раз і відповідає інноваційна методологія.

Інноваційні методи, які застосовуються для вирішення самих різних питань та проблем сучасного життя, є ефективним засобом в руках управлінців та представників влади. Але у сучасній ситуації більшість методів взагалі не спрацьовують, бо їх практична здатність слабша, ніж складність та невизначеність ситуацій. Це не раз фіксувалось у ході аналізу спроб застосовувати до українських умов методи закордонних спеціалістів.

Не останню роль інноваційна методологія грає і у розвитку самої соціології. Орієнтація на розширення розуміння соціології, на створення цілої низки різних видів соціологічної діяльності значно посилює її прикладний потенціал, сприяє розширенню її наукового арсеналу, укріпленню її статусу як достатньо впливового засобу зворотнього зв'язку в управлінні сучасним суспільством.

Аналіз українського соціуму показує, що склались такі тенденції:

- 1) різке погіршення ефективності дій;
- 2) погіршення загальних обставин у колективі, регіоні; зростання порушень норм;
- 3) зруйновані соціальні зв'язки та взаємодії між людьми;
- 4) та чи інша ступінь аномії, тобто зруйнування норм та цінностей людей, порядку їх життя;
- 5) збільшення кількості конфліктів, деструктивних дій;
- 6) поглиблення тяжкого психологічного стану, втрата сенсу життя цілих поколінь.

Можна констатувати, що наше суспільство та його окремі складові знаходяться в ситуації стагнації та ломки старих цінностей, норм, традицій. На інших рівнях кризи переходять у боротьбу окремі сили та групування за зони впливу, за нові позиції та цінності. На рівні особистості криза приймає форму обезцінювання всього, навіть життя. Минула духовність, яка б вона не була, зруйнована. Нова ще не створена, а традиційні цінності не відбудовані у своїх правах.

Робота по організації виходу з сучасного становища будується на основі ряду світоглядних, методологічних та теоретичних принципів:

1. Суб'єктами вирішення кризового становища можуть стати тільки самі учасники ситуацій, лише за цієї умови можлива нормальна робота соціальних механізмів саморегуляції і самоорганізації соціальних систем. Більше того, цей принцип більше відбиває вимоги невідчуженості конструктивної діяльності особистості.

2. Вирішення кризової ситуації можливо виключно груповими формами роботи в процесі соціальної взаємодії та комунікації. В ході такої роботи її матеріалом стає досвід, знання кожного учасника.

3. Вихід із кризової ситуації може бути знайденим та вирішеним при умові концентрації інтелектуальних та психологічних сил учасників, при наявності бажання учасників вирішити ситуацію. Концентрація, бажання учасників вирішити проблему можливі при умові підняття над процесом. Цей шлях дозволить відійти від кризової ситуації, всебічно і критично дослідити її, перебрати максимальну кількість старих, можливих та нових рішень.

4. Кризова ситуація – об'єктивний стан речей з великою частиною суб'єктивізму. Щоб визначити онтологію змін, необхідно критично переосмислити всі суб'єктивні погляди на ситуацію.

5. Вихід із кризового становища можливий тільки при умові розробки нового, адекватного бачення та нових, конструктивних ідей. А це можливо лише у процесі і

результаті суттєвої трансформації уявлень учасників про себе та суспільство, в якому вони живуть, про свою людську сутність, про свої цінності, норми, яким вони підпадають під вплив.

Ці принципи відбивають онтологію ефективної інноваційної діяльності, яка є основою радикальних змін у соціумі.

При аналізі інноваційної діяльності необхідно розрізняти сутність інноваційної діяльності і діяльність як сутність людини. У першому випадку вона постає як об'єкт, який виділяється в системі існуючого, а в другому – розглядається як притаманна суб'єкту здатність і через посередництво якої він себе реалізує. Сутність інноваційної діяльності, як такої, розкриває джерела людської суб'єктивності, тоді як сутність самої людини знову-таки бере свій початок у інноваційній діяльності, механізм якої складає спосіб людського відношення до існуючого. Інноваційна діяльність, таким чином, розкриває себе у двох напрямках: як загальна основа, субстанція історичного процесу, яка характеризує його суб'єктивно як людську діяльність, якій притаманні людський зміст, доцільність, і як знаряддя формоутворення світу, яке акумулює у собі природні процеси і природні властивості. Здатність до діяльності є тим самим, що і здатність бути людиною, є необхідною умовою причетності індивідів до будь-яких історично і предметно відокремлених видів діяльності. Індивіди стають людьми не тому, що виконують повне коло необхідних для суспільства обов'язків, а навпаки, тому що вони здатні виконувати їх виключно як люди. Ця їх людська сутність утворена генезисом людства, а не його наявною історичною практикою. В цьому полягає питання про інноваційнодіяльну сутність людини.

У широкому розумінні “діяльність” означає різнобічний процес створення людиною умов свого існування і розвитку, процес перетворення соціальної реальності відповідно до суспільних потреб, мети і завдань. Сучасна наука під діяльністю розуміє спосіб людського буття в світі, та яке є не просто результатом біологічного рефлекса, а переднаміреним, ціленаправленим.

Під інноваційною діяльністю ми розуміємо вид діяльності, пов'язаний з трансформацією ідей у новий або удосконалений продукт, технологічний процес або новий підхід до соціальних послуг. Інноваційна діяльність передбачає цілий комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових заходів.

Цілком очевидно, що інноваційна діяльність – це специфічна форма активного відношення людини до навколишнього світу, зміст якої складає його доцільна зміна і перетворення. Цей зміст реалізується основними структурними елементами інноваційної діяльності, які притаманні навіть простому соціальному діянню. Перший елемент, необхідний фактор будь-якої діяльності це людина, індивід. Без цього неможлива будь-яка діяльність. Індивід – активна сторона інноваційної діяльності, її суб'єкт. Активність суб'єкта не є наслідком будь-яких зовнішніх факторів, а є внутрішньою властивістю. В цьому розумінні суб'єкт не є творінням ані природи, ані соціальних умов. Суб'єкт творить себе сам, і історія людства є не чим іншим як історією подібної творчості, яка включає як матеріальні так і духовні аспекти людської діяльності.

Суб'єктом інноваційної діяльності людина може стати лише при виконанні у суспільстві певних обов'язків, які зумовлені конкретною потребою. Остання є тією силою, яка визначає соціальну орієнтацію суб'єкта діяльності, його ставлення до самої дійсності. Потреба характеризує взаємодію людини та оточуючого її середовища та відбиває певне протиріччя, яке виникає між людиною і умовами її життя.

Керуючись роботами Кона І.С., Ручки А.А., Пенькова Є.М. можна запропонувати таку ієрархію потреб:

1-й рівень – фізичні, фундаментальні потреби, на які накладаються інші. Це - раціональні потреби у самозахисті та продовженні роду, у харчуванні, одязі, збереженні здоров'я (відпочинок, лікування), сексуально-фізіологічні потреби.

Антиподи перерахованих вище раціональних потреб (завжди маючих конкретно-

історичний зміст) - нераціональні потреби (наприклад, в алкоголі, наркотиках та інших формах споживання матеріальних благ).

Такі ж нераціональні потреби зустрічаються і на інших рівнях. Слід також зазначити, що проблема розрізнення раціональних і нераціональних потреб людини завжди була і лишається дискусійною.

2-й рівень - це тіж потреби, але вже опосередковані соціальними відношеннями, потребами більш вищих рівней (у тому числі соціальними і інтелектуальними потребами). Це потреби, пов'язані з якістю харчування, одержі, житла, охорони здоров'я.

3-й рівень - соціальні потреби у власному, вузькому змісті слова. Це потреби у спілкуванні, причому не тільки у безпосередньому, але і через посередництво організацій, інститутів. Сюди відносяться соціально-економічні, соціально-політичні потреби як особистісні, так і інституційні. До потреб цього типу відносяться як соціально-комунікативні, так і соціально-етичні. Соціально-політичні потреби містять також потреби в почутті безпеки, гарантованості свого суспільного положення, в соціальному забезпеченні, свободі, рівності, справедливості, а соціально-етичні потреби - в приналежності до будь-якої соціальної групи, суспільства.

4-й рівень - інтелектуальні потреби пасивного характеру - в інтелектуальному розвитку, знаннях (пізнавальні), естетичному співпереживанні (пасивно-естетичні). Ці потреби в загальних (світоглядних), науково-естетичних, суспільно-політичних, художньо-естетичних знаннях, в інтелектуальному та психологічному задоволенні, насолоді від духовного надбання, в першу чергу, науки та мистецтва.

5-й рівень - інтелектуальні потреби активного характеру (творчі) у кваліфікаційній, змістовній, творчій праці, самостійності, самовираженні. Вони проявляються як в розумовій, так і фізичній праці, у науковій творчості, суспільно-політичній діяльності.

Потреба у самовираженні, у всебічному розвитку особистості через творчість, інноваційність - вища потреба кожної особистості.

Цілком очевидно із класифікації потреб те, що ієрархія потреб починається з фізіологічних потреб і перш ніж активізуються і почнуть діяти потреби більш вищого рівня, повинні задовольнитися потреби нижчого рівня. Самоактуалізація може бути потребою при реалізації інших потреб. У випадку конфлікту між потребами різних рівней, перемогу отримує нижча потреба. Потреби нижчого рівня - це потреби нужди, а вищого - росту.

Із усіх потреб основну зацікавленість А.Маслоу направив на потреби самоактуалізації: "Людина повинна бути тим, чим може бути. Цю потребу можна назвати самоактуалізацією. Вона означає бажання людини самореалізуватись, тобто стати тим, чим вона може бути"[9].

Аналізуючи потреби А.Маслоу приходять до певних висновків, які можна узагальнити таким чином :

- 1) вищі потреби генетично більш пізні ;
- 2) чим вище потреба, тим менш вона важлива для виживання, тим далі може бути зміщена від реалізації і тим легше від неї на час звільнитися;
- 3) життя на більш вищому рівні потреб означає більш вищу біологічну ефективність, гарний сон, апетит, менше хвороб;
- 4) вищі потреби суб'єктивно сприймаються як менш нагальні;
- 5) задовільнення вищих потреб частіше є результатом реалізації бажань і розвитку особистості, частіше приносить щастя, радість та збагачує внутрішній світ.

Насиченість потребами вищого рівня може бути не обмежна. Більше того, у ряді випадків, чим повніше задовольняється більшість із них, тим інтенсивніше у благодатних умовах їх подальший розвиток, тим гостріше уявляються вони індивідові, при цьому аналізуються і деякі інші, до цього порівняльно не розвинені, вищі потреби, а іноді виникають і нові. Цей своєрідний "кумулятивний" ефект характеризує еволюцію потреб як системи, у відповідності до закону піднесення потреб.

Слід відмітити, що досить сильний вплив на формування потреб здійснюють не тільки суспільні умови, але і особливості психічного складу суб'єкта. Таким чином, потреба виражається через незадоволеність індивіда яким-небудь аспектом свого буття.

Формою прояву потреби є інтерес, який постає як більш-менш виразне її усвідомлення. Визначаючись з категорією "інтерес", ми зазначимо, що він представляє специфічні соціальні результати, які приносять користь окремому індивіду чи групі.

Інтереси, як і потреби, представляють собою особливий клас суспільних відносин: вони не існують самі по собі, абстрактно, поза тих осіб, соціальних груп, які виступають в якості їх носіїв. А.Г.Здравомислов підкреслює, і з цим не можливо не погодитись, що інтереси слід розглядати як найбільш важливі сили, навколо яких відбувається формування соціальної структури даного суспільства, і, зважаючи на те, що вони лежать в основі ідеологічної та пізнавальної діяльності суспільства.

Таким чином, інтерес – безпосередній продукт суспільного розвитку і, як усвідомлена потреба, безпосередньо спричиняє людські дії, індивідуальні і групові. В межах інтересів відбувається своєрідне "зняття" суспільних потреб людей їх спільною діяльністю.

Подальшим усвідомленням потреб, інтересів, мотивів є мета діяльності. Мета - це перший елемент свідомості, свідомого передбачення (на рівні мислення) результатів діяльності. Вона формується перш за все як усвідомлення суб'єктом необхідності відтворення об'єктивних умов свого життя і тому є передумовою відтворення самого суб'єкта.

Інноваційна діяльність завжди відзначається своєю цілеспрямованістю, цілепокладанням, оскільки спрямована на досягнення свідомо визначеної мети. Важливою рисою діяльності є також її попередня продуманість. Після того, як мета визначена, людина аналізує ситуацію, в якій їй доведеться діяти, і вибирає засоби досягнення мети, визначає послідовність своїх майбутніх дій. Так утворюється ідеальна схема діяльності, яка зумовлена, з одного боку, метою, а з іншого - ситуацією, в якій знаходиться суб'єкт діяльності, та умовами, в яких він її здійснює. Отже, інноваційна діяльність характеризується певною структурою, тобто специфічною сукупністю дій і послідовністю їх реалізації. Послідовність дій, їх характер у значній мірі залежать від об'єктивних умов діяльності; в різних умовах досягнення однієї і тієї ж мети може складатися із різних дій.

Інноваційна діяльність являє собою єдність двох сторін – внутрішньої і зовнішньої, суб'єктивної і об'єктивної. Мета, аналіз умов, схема дій, вибір засобів - все це належить ідеальній стороні інноваційної діяльності. Фізична активність суб'єкта, взаємодія засобів з об'єктом або предметом діяльності, об'єктивні процеси, що включені в діяльність, складають зовнішню сторону інноваційної діяльності.

У процесі інноваційної діяльності людина взаємодіє з навколишнім світом на основі тих можливостей активного його перетворення, які вона набуває в процесі свого розвитку як соціальна істота. Практично перетворювальний характер відношення людини до світу передбачає створення нею нової реальності - світу матеріальної і духовної культури, нових умов існування, які не надала їй природа у готовому вигляді. Принциповою особливістю інноваційної діяльності, як специфічної форми буття людини, є її відкритість перед об'єктивною реальністю, необмежена можливість розвитку нових способів взаємодії з нею. Набуття цієї відкритості, здатності людини до розвитку, подолання досягнутих меж безпосередньо пов'язане з виникненням і розвитком знарядь і засобів практичного впливу людини на навколишню дійсність. Створені людьми і відтворювальні при переході від покоління до покоління знаряддя і засоби впливу на дійсність, які людина ставить між собою і світом складають основу специфічного практичноперетворювального її відношення до світу. Але складаючи, відтворюючи і удосконалюючи цю "другу природу", людина разом з тим змінює сама себе, формує і розвиває відповідні навички і способи діяльності.

Штучні знаряддя і засоби перетворення навколишньої дійсності є своєрідним "неорганічним тілом" людини, завдяки якому до сфери людської діяльності залучаються нові компоненти дійсності. Удосконалюючи і перетворюючи навколишній світ, люди створюють нову реальність, розширюють горизонти свого буття. Завдяки виробництву штучно створених засобів і знарядь та соціальним технологіям, інноваціям людина стає здатною до універсального практичноперетворювального ставлення до світу, соціуму. Наслідком цієї універсальності є те, що в принципі не існує будь-яких меж діяльних можливостей людини. Опосередковуючи своє відношення до дійсності штучно створеними знаряддями і засобами та інноваціями її перетворення, людина в своїй пізнавальній діяльності виділяє об'єктивні, незалежні від її біологічних потреб, властивості і зв'язки реального світу, а практика постає як спосіб включення людини у світ, визначає предметний характер людської діяльності.

Інноваційна діяльність людей завжди співвідноситься з адекватним їй предметом та іншими видами діяльності, тобто вона предметно специфічна і предметно орієнтована. Вона за своєю сутністю є чуттєво-предметною, оскільки спрямована на певні об'єкти як природної, так і соціальної дійсності, завжди має своїм змістом певний предмет діяльності. У зв'язку з цим важливим є наукове розуміння співвідношення понять "об'єкт діяльності" і "предмет діяльності". Якщо поняття "об'єкт інноваційної діяльності" відображає можливість її прояву, то "предмет інноваційної діяльності" - її об'єктивну дійсність, результативний прояв. Поняття "предмет інноваційної діяльності" відображає основу і результат опосередкованого зв'язку суб'єкта та об'єкта.

Зміст поняття "предметна діяльність" пояснюється таким чином. По-перше, діяльність предметна, оскільки має дещо своїм змістом, на що спрямована, пов'язана з предметами об'єктивної реальності, які залучаються до процесу діяльності. По-друге, діяльність предметна також тому, що сама може бути предметом не тільки мислення, але й відносин між людьми, складаючи при цьому особливий фрагмент об'єктивної реальності, певний зміст цього процесу. Цим пояснюються подвійність розуміння предметної визначеності діяльності, наявність внутрішньої (сутісної) і зовнішньої сторін, які не можуть прямо і безпосередньо співпадати.

Дві сторони предметної інноваційної діяльності-опредмечування і розпредмечування, перебувають у діалектичній єдності, як перетворення сутнісних сил людини у властивості об'єкта і навпаки - властивості об'єкта у властивості сутнісних сил людини. В одному напрямку здійснюється суб'єктивізація об'єкта, а в іншому напрямку об'єктивізація суб'єкта. У процесі опредмечування відбувається об'єктивізація і закріплення сутнісних сил людини, наповнення предметності соціальним змістом, у процесі розпредмечування - опанування і освоєння суспільного змісту предмета, його значення з одночасним перенесенням його на нові об'єкти діяльності.

Здійснюючи інноваційну діяльність, людина опосередковує свої сутнісні сили в процесі праці і спілкуванні, в речах, в інших людях, ангажує себе таким чином до сукупного людського досвіду, привласнює його, але разом з тим і відособлює себе, формується як особистість.

За безпосередньою предметністю інноваційної діяльності людей завжди приховується суспільна форма, соціальний зміст діяльності. Суспільний характер їй надають взаємні зв'язки і відносини між людьми, які є результатом і способом (формою) здійснення діяльності. З одного боку, діяльність є необхідною умовою формування, відтворення і змін суспільних відносин, а з іншого - вона не може здійснюватися поза зв'язками і відносинами, і тому вони є способами або формами її здійснення.

Суспільні відносини постають системоутворюючим фактором суспільства і інноваційної діяльності у формі координації і субординації їх елементів, в той час як інноваційна діяльність є способом існування і розвитку суспільства. Інноваційна діяльність і суспільні відносини зумовлюють цілісність і розвиток суспільної системи, де кожний компонент виконує специфічну функцію. Їх діалектика постає як діалектика

взаємодії змісту і його внутрішньої форми, яка має певну самостійність і зберігає автономність свого існування. Це знаходить своє відображення в активному впливі суспільних відносин на інноваційну діяльність. Вони можуть підвищувати ефективність останньої, або "консервувати" діяльність в конкретно-історичних формах, обмежувати її інтеграцію чи диференціацію.

Вивчення інноваційної діяльності з урахуванням методології системного аналізу дозволяє визначити доцільність та оптимальний керуючий вплив на процес практичного використання наукових знань з метою модернізації всього українського соціуму.

Література:

1. Арлычев А.Н. Саморегуляция, деятельность, сознание. – СПб.; Наука, 1992. – 146 с.
2. Джери Д., Джери Д. Большой толковый социологический словарь (Collins) т.1 (А-О), т.2 (П-Я): Пер. с англ. – М.: Вече, АСТ, 1999
3. Городяненко В.Г. Проблемы и тенденции социальных изменений. Днепропетровск, 1992.
4. Завлин П.Н. Инновационный менеджмент:(справ. пособ.)– СПб.: Наука, 1997. – 560 с.
5. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. – М.: Политиздат, 1986.
6. Каган М.С. Человеческая деятельность. – М.: Политиздат, 1974. – 327 с.
7. Кош И.С. Психология юношеского возраста. – М.: Просвещение, – 1979.
8. Марченко Т.А. Потребность как социальное явление.- М.: Высшая школа, 1990. – 128с.