

Кузеванова Ангелина Леонидовна

К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЯХ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/11-1/30.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 11 (42): в 2-х ч. Ч. I. С. 88-92. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

В основном нравственное воспитание обучающихся в педагогическом процессе осуществляется через преподавание гуманитарных дисциплин. В силу специфики своего предмета преподаватели кафедр гуманитарных дисциплин имеют большие возможности для формирования взглядов, убеждений, мировоззрения, правосознания студентов.

К сожалению, позиция большинства студентов такова, что они ставят на первое место получение знаний по специальности. Поэтому от преподавателей социально-гуманитарного цикла дисциплин требуются большие творческие усилия, использование богатого педагогического опыта, инновационных технологий, умение заинтересовать студенческую аудиторию в изучении своего предмета и пояснить его роль в профессиональном становлении будущего специалиста. Этому способствует выбор технологии обучения: разнообразие и целесообразность методов активного обучения (метод «круглого стола», интеллектуального штурма, дискуссии, деловые игры и др.) делает педагогический процесс в вузе гибким и качественным, позволяет студентам ощущать себя неотъемлемой частью этого процесса.

Исходя из вышесказанного, рассматривая процесс развития социальной ответственности у студентов вузов, мы делаем акцент на формирование личностных структур обучающихся. Такое развитие, по нашему мнению, возможно при реализации гуманистического подхода в образовании.

Список литературы

1. **Балицкий А. В.** Гуманизация и гуманитаризация образования // Высшее образование в России. 2007. № 2.
2. **Бим-Бад Б. М.** Антропологическое основание теории и практики современного образования: очерк проблем и методов их решения. М.: Издательство Ростовского открытого университета, 1994. 35 с.
3. **Дьюи Дж.** Демократия и образование. М.: Педагогика-пресс, 2000. 177 с.
4. **Куликова Л. Н.** Проблемы саморазвития личности. Благовещенск: Издательство БГПУ, 2001. 342 с.
5. **Минкина Н. А.** Воспитание ответственностью. М.: Высшая школа, 1990. 216 с.
6. **Самойлов В. А.** Социально-экономические императивы реформирования образовательной системы в России в рыночной экономике // Социально-гуманитарные знания. 2006. № 2.
7. **Татаркина Н. А.** Методические основы концепции формирования духовно-нравственной культуры студенчества // Вестник высшей школы. 2007. № 2.
8. **Якиманская И. С.** Технологии личностно-ориентированного образования. М.: Сентябрь, 2000. 144 с.

УДК 304.2

Ангелина Леонидовна Кузеванова
Волгоградский институт бизнеса

К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЯХ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)[©]

Развитие рыночных отношений в современной российской экономике привело к формированию бизнес-среды и, соответственно, делового сообщества, руководствующегося в своей профессиональной деятельности не только стремлением к выгоде и прибыли, желанием достичь сугубо экономических целей, но и императивами социально ответственного поведения. В связи с этим возникает необходимость научного анализа проблем, связанных определением основного содержания бизнес-деятельности и уровней ее реализации.

Бизнес-деятельность рассматривается нами как вид экономической активности, направленный на получение прибыли, основанный на самостоятельной инициативе бизнесмена, сопряженный с определенным уровнем риска и развивающийся в условиях экономической свободы. Мы полагаем, что не следует отождествлять понятия «бизнес» и «предпринимательство», поскольку их содержание имеет существенное различие, которое фиксируется по следующим позициям:

- эти виды экономической деятельности реализуются на различных стадиях процесса воспроизводства: предпринимательство непосредственно связано со сферой производства товаров и бытовых услуг, а бизнес - со сферой коммерции, торговли, торгово-посреднических услуг;

- бизнес - это нормированная, не связанная с инновациями деятельность, а предпринимательство - это производство, основанное на поиске и реализации новых возможностей для разработки товаров и услуг, использовании новейших форм приложения капитала.

При анализе сущности бизнес-деятельности необходимо учитывать наличие трех уровней ее реализации: индивидуального, организационного и институционального. Для изучения первого из них представляется возможным использование категории «диспозиция», которая рассматривается нами как готовность субъекта к осуществлению поведенческого акта. Такой подход детерминирует рассмотрение бизнес-диспозиции как предрасположенности индивида к бизнес-деятельности.

Взяв за основу принципы организации общей диспозиционной структуры личности, мы можем выявить иерархически организованную структуру бизнес-диспозиции. Высший диспозиционный уровень представлен обобщенными диспозициями, которые выражают готовность личности к экономической активности в широком смысле слова. Средний уровень связан с оценочными характеристиками отношения к бизнес-деятельности в целом. Низшему диспозиционному уровню соответствуют конкретные бизнес-установки в профессиональной деятельности, содержание которых определяется требованиями социальной среды и личностными характеристиками индивида, занимающегося изучаемым видом экономической активности. Готовность к бизнес-деятельности будет более высокой, если ценностно-ориентационная структура личности не вступает в противоречие с необходимостью или желанием делать свой бизнес. Иными словами, если имеет место внутренняя согласованность бизнес-диспозиции, возрастает предрасположенность субъекта к осуществлению бизнес-инициатив.

Высокий уровень эффективности бизнес-деятельности на индивидуальном уровне обеспечивается рядом факторов, в том числе и личными, и профессиональными качествами бизнесмена. Именно способность к риску, систематическому планированию своей деятельности, установлению контактов, целеустремленность, ответственность, коммуникабельность, информированность, энергичность, практичность, инициативность, настойчивость, самостоятельность становятся залогом успешной работы в сфере бизнеса.

Как отмечалось выше, родовым признаком изучаемого вида экономической активности является ориентация на получение прибыли. Динамика прибыли определяет характер организации профессиональной деятельности бизнесмена, являясь показателем ее успешности. Рост доходов способствует тому, что субъект бизнес-деятельности активизирует процесс привлечения инвестиций, наращивает объемы товарооборота, расширяет масштабы торговли. Снижение прибыльности заставляет бизнесмена вносить коррективы в организацию своего дела, изменять маркетинговую политику, предпринимать антикризисные меры. Иными словами, прибыль можно рассматривать и как цель, и как индикатор его деятельности.

Однако при анализе целевых установок бизнеса на индивидуальном уровне следует учитывать, что в своей деятельности бизнесмен взаимодействует со значительным по численному составу кругом лиц: с потребителями, поставщиками, конкурентами, посредниками, контактными аудиториями (СМИ, органы государственной власти, финансовые круги, общественные организации и т.д.). Эффективное, осуществляемое на долговременной основе взаимодействие с этими группами невозможно без учета целей социального характера, к которым, к примеру, можно отнести удовлетворение общественных потребностей в материальных благах, обеспечение надлежащего уровня качества продаваемых товаров, соблюдение императивов бизнес-этики, содействие в решении социально значимых проблем. Таким образом, формируется иерархия целей деятельности бизнесмена, где главной целевой установкой становится стабильное и успешное развитие бизнеса, для которого получение прибыли является определяющим, но не единственным фактором.

В ходе реализации бизнес-деятельности формируется профессиональное самосознание бизнесмена, которое выступает в роли интегральной характеристики профессиональной культуры, нравственных и мировоззренческих предпосылок его экономической активности. В профессиональном самосознании аккумулируется комплекс норм, правил, ценностей, алгоритмов, являющихся неотъемлемой частью бизнес-деятельности. В нем находят свое отражение представления о социально-политической, нравственно-психологической и профессиональной идентичности членов социальной группы бизнесменов. Формирование профессионального самосознания связано с появлением осознания общности интересов, механизмов социальной консолидации группы и поддержания устойчивости ее положения в обществе.

На организационном уровне реализации бизнес-деятельности в качестве субъекта выступает коммерческая организация, являющаяся сформировавшейся общностью, существующей в условиях рыночной среды. Будучи коллективным субъектом экономической активности, бизнес-организация характеризуется взаимосвязанностью своих сотрудников, их совместным трудом и групповой идентификацией. Основными компонентами деятельности коммерческой организации являются: система целевых установок и управления, специфика взаимодействия с покупателями, комплекс мер, предпринимаемых для создания положительного имиджа компании. Важнейшим показателем эффективности деятельности бизнес-организации является прибыль, в которой находят свое отражение результаты ее активности в рамках рыночной среды (уровень продаж и затрат, производительность труда, состав произведенной продукции и т.д.) В современных условиях социально ответственная внутрикорпоративная и внешняя деятельность становится конкурентным преимуществом коммерческих организаций, что основывается на взаимосвязи внутренней и внешней эффективности функционирования компании.

Являясь сообществами, имеющими единообразное представление о целях своей работы, ее значении и смысле, о ценностях и нормах коллективного поведения, бизнес-организации осуществляют свою деятельность на основе организационной культуры, которая представляет собой систему принятых в компании подходов к ведению дел, формам отношений и к процессу достижения поставленных целей. Культурные образцы, считающиеся эталонными в данной организации, воздействуют на различные стороны деятельности компании: на систему отношений соподчинения и контроля, трудовые взаимоотношения, связь с внешней средой, мотивационный комплекс и т.д. Именно корпоративная культура определяет направленность интеграционных процессов и особенности требований к исполнению социально-профессиональных ролей, оказывает помощь компании в адаптации к внешней среде.

Решая задачи интеграции внутренних ресурсов, этот тип культуры устанавливает нормы, выполняющие функции регуляторов отношений по линии «сотрудник - организация», создает механизмы закрепления определенного статуса за теми или иными членами коллектива, устанавливает границы социальной группы, складывающейся в рамках корпорации, вырабатывает набор оценок того, что является в деятельности работников предпочтительным, а что нежелательным. Содействуя достижению целей во взаимодействии с внешней средой, организационная культура способствует решению комплекса проблем, связанных с определением миссии компании, ее философии, целевых установок и средств их достижения.

Стремление бизнес-организации к экономической эффективности своей деятельности предполагает, что корпоративная культура, организационная стратегия, внешнее окружение и внутренняя среда компании были приведены в соответствие. При этом стратегия организации, осуществляющей свою бизнес-деятельность в соответствии с рыночными требованиями и находящейся в рамках динамично развивающегося окружения, предполагает формирование культуры, в основе которой лежат ценности, связанные с проявлением инициативности, риска, самостоятельности, с высокой степенью интеграции, созданием команды единомышленников.

Реализация бизнес-деятельности на институциональном уровне связана с функционированием бизнеса как социального института, который представляет собой устойчивую форму организации и регулирования совместной деятельности людей, направленность которой связана с получением и распределением прибыли в сфере коммерции, торговли, торгово-посреднических услуг. В основе появления этого института лежит удовлетворение социально значимой потребности в приобретении необходимых товаров и услуг, именно бизнес призван осуществлять организацию совместной деятельности людей для реализации данной потребности. Одним из условий институционализации бизнеса является также и удовлетворение потребности в реализации экономического потенциала членов общества, имеющих основания для ведения самостоятельной бизнес-деятельности. Изучаемый институт возникает на основе социальных связей, взаимодействия и взаимоотношений конкретных бизнесменов, бизнес-организаций, профессиональных объединений в этой сфере деятельности и др. Однако, имея надъиндивидуальный характер, обладая собственным системным качеством, бизнес как институт приобретает черты обособленного общественного образования, имеющего свою логику развития. При таком подходе рассматриваемый институт может быть представлен в качестве организованной социальной системы, характеристиками которой являются: структурная устойчивость, интеграция элементов, определенная изменчивость функций.

Каждому из рассмотренных уровней реализации бизнес-деятельности соответствует комплекс ценностных принципов этого вида экономической активности. Рассмотрим исторические и современные примеры, иллюстрирующие справедливость подобного утверждения.

Ведение купцами деловых операций за границей в IX-XVII вв. обусловило актуализацию на индивидуальном уровне ценностного принципа стремления к новым знаниям, проявившегося прежде всего в том, что торговые люди проявляли интерес к получению определенного уровня образования, необходимого для заключения коммерческих сделок. Анализ источников свидетельствует, что в купеческой среде навыки чтения, письма, счета и владения иностранными языками являлись неотъемлемыми характеристиками русского купца [1, с. 19]. Так, коллективная челобитная 1649 г. была собственноручно подписана представителями купечества из разных российских городов. Известно, что первый экземпляр книги «Уложение 1649 г.», изданной Печатным двором, был куплен торговым человеком из Новгорода [2, с. 155-156]. В качестве переводчиков выступали торговые люди Новгорода и Пскова, отправлявшиеся в Швецию для заключения коммерческих сделок. Московские купцы, являвшиеся прихожанами церкви Иоанна Богослова, обращались к властям с просьбой об открытии учебного заведения, в котором можно было бы изучать различные науки и иностранные языки. Образованные купцы по требованию властей нередко становились лазутчиками, приносившими необходимую для государственных дел информацию. Данные Никоновской летописи XVI века свидетельствуют о том, что князь Владимир в 1001 году отправил богатых торговцев в качестве послов в Рим, Египет и Иерусалим с тем, чтобы они «согледати земель их и обычаев их» [5, с. 98].

Ведение активной внешней торговли обусловило формирование в купеческой среде ценностных принципов инициативности и развития дела, реализация которых осуществлялась путем поиска новых рынков сбыта. О неутомимой деловой активности средневековых русских купцов и их стремлении расширить сферу своей торговой деятельности свидетельствуют путевые заметки тверского купца Афанасия Никитина, написавшего «Хождение за три моря» и совершившего в 60-70-е гг. XV века через Закавказье и Персию путешествие в Индию [6]. Не менее показательными в интересующем нас плане являются дневниковые записи купца Василия, побывавшего с торговыми целями в 60-х гг. XV века в городах Ближнего Востока и Малой Азии и оставившего подробные описания их системы торговли, городского управления и состава населения [3].

Реализация ценностного принципа состязательности, являющегося одним из основных в бизнес-деятельности на индивидуальном уровне, способствовала усилению конкурентной борьбы между российскими и иностранными купцами в конце XIV-начале XVI вв. На западных рынках новгородские торговые люди оказывались в неравных условиях по сравнению с ганзейцами, имевшими монопольные права на посредническую торговлю между западноевропейскими странами и Новгородом. Используя преимущества такого положения, ганзейские купцы поставляли новгородцам товары невысокого качества. Не получив удовлетворения своих исков у властей германских городов, русские купчины прибегали к конфискации товаров у торговцев-иностранцев.

Придерживаясь принципа состязательности, новгородцы использовали различные способы для ограничения прав немецких торговых людей, добиваясь запрета на их торговлю в пределах города и на доступ в иные города. Иноземным купцам новгородскими властями предписывалось проживать только в гостиных дворах, а оптовые поставки товаров должны были осуществляться при посреднической помощи местных торговцев. Реализация принципа состязательности нередко осуществлялась в радикальных формах, что приводило к незаконным действиям как со стороны русских, так и иноземных купцов. Так, по прибытии иностранных кораблей в Архангельск нередко были случаи применения местными торговцами физической силы в отношении гостей, иногда взаимная вражда толкала противоборствующие стороны и на смертоубийство. Особенно сложными были взаимоотношения приезжих купцов и отечественных оптовиков-гостей, которые «не могли не скорбеть, видя, как иностранные торговцы отнимают у них хлеб, занимаясь тем, что чем бы по всем правам, как они думали, следовало заниматься русским: скупают русские товары у мелких торговцев, тогда как этот скуп должен бы исключительно принадлежать гостям, торгуют в розницу, и притом или вовсе не платя пошлин...» [4, с. 207].

События, связанные с осуществлением «великих реформ» 60-х гг. XIX вв., оказали влияние на характер взаимоотношений представителей российской бизнес-деятельности и органов государственной власти. Значимость принципа защиты профессиональных интересов на индивидуальном уровне реализации бизнес-деятельности продолжала возрастать, о чем свидетельствует, в частности, создание Торговой депутации при московской городской думе, организованной по инициативе столичного купечества с целью внесения изменений в российский-германский торговый договор. В том же направлении работала комиссия, занимавшаяся пересмотром таможенного тарифа, действовавшая при Московском биржевом комитете в 1867-1868 гг. В 80-х гг. XIX века активно отстаивали интересы торговли выборные Московского биржевого общества, чьи умелые и настойчивые действия на этом поприще получили общественное признание. О значимости усилий представителей отечественной бизнес-деятельности в деле защиты профессиональных интересов свидетельствует и тот факт, что министр финансов С. Ю. Витте стал автором проекта по созданию системы совещательных органов по разработке экономических преобразований, в работе которых под руководством государственных чиновников должны были принимать участие видные деятели из среды купечества. Одним из примеров реализации ценностного принципа защиты профессиональных интересов в среде провинциального купечества является история конфликта между томскими купцами и местным губернатором, решившим построить гостиный двор без учета требований торговцев. Противостояние власти и бизнеса сопровождалось судебными приговорами, жалобами, адресованными в правительство, серией поджогов, взаимными обвинениями и закончилось отставкой губернатора.

Анализируя исторические данные, характеризующие реализацию ценностных принципов российской бизнес-деятельности в XVIII - первой половине XIX вв. на организационном уровне, мы приходим к выводу о том, что во взаимодействии купцов со служащими, складывавшемся в рамках деятельности торговых предприятий, действовал принцип установления неравноправных отношений, приводивший нередко к превращению свободного человека в крепостного. Действие этого принципа предполагало использование методов умышленного разорения работника с помощью различных начетов и закрепления его за собой путем выкупа в случае отсутствия у обанкротившегося наймита возможности расплатиться по векселям. В итоге некогда свободный купец, поступивший на службу в лавку, становился крепостным работником, находившимся в личной зависимости от хозяина.

Если в XII-XVII вв. в рамках торговых объединений действовал принцип коллективной ответственности, повсеместная реализация которого обуславливалась значимостью общинных порядков, то в XIII - первой половине XIX вв. получил широкое распространение принцип ограниченной индивидуальной ответственности, чье формирование было связано с развитием буржуазных отношений и появлением торговых компаний, устроенных по акционерному принципу. Одной из первых таких организаций стала компания, созданная в 1755 г. по инициативе купцов Шемякина, Хостатова и Ярославцева и имевшая монополию на торговлю с Китаем и другими странами. Широко известной стала компания на акциях тульского купца Володиминова, организованная в 1763 г. при поддержке императрицы Екатерины II для торговых связей со странами Средиземноморья. Весьма эффективной оказалась деятельность нижегородского акционерного общества, объединившего в 1767 г. 30 зажиточных купцов-хлеботорговцев. О высокой результативности торговых операций этой компании свидетельствует тот факт, что спустя 7 лет после основания ее капитал составлял внушительную сумму - более 68 тысяч рублей. Таким образом, мы можем зафиксировать динамику ценностных принципов российской бизнес-деятельности на организационном уровне: значимость принципа коллективной ответственности к середине XIX в. значительно снизилась, а реализация принципа индивидуальной ответственности получила широкое распространение. Подобная тенденция свидетельствовала об изменении ценностных ориентаций представителей купеческой среды, чей менталитет изменялся под воздействием дальнейшего развития капиталистических отношений в стране.

Таким образом, бизнес-деятельность реализуется на индивидуальном, организационном и институциональном уровнях. На первом из них формируется профессиональное самосознание бизнесмена, которое выступает в роли интегральной характеристики профессиональной культуры, нравственных и мировоззренческих предпосылок его экономической активности. На втором уровне действуют бизнес-организации, являющиеся сообществами, имеющими единообразное представление о целях своей работы, ценности и нормах коллективного поведения, реализующие свою деятельность на основе организационной культуры. На третьем уровне в рамках социального института бизнеса осуществляется как конструктивная экономическая деятельность, связанная с его общественно важными функциями, так и деструктивная, обусловленная дисфункциональными изменениями.

Список литературы

1. Галаган А. А. История предпринимательства российского. От купца к банкиру. М.: Ось-89, 1997. 160 с.
2. История предпринимательства в России. М.: РОССПЭН, 1999. Кн. 1. 480 с.
3. Книга хождений: записки русских путешественников XI-XV вв. М.: Советская Россия, 1984. 448 с.
4. Костомаров Н. И., Забелин И. Е. О жизни, быте и нравах русского народа. М.: Просвещение, 1996. 576 с.
5. Перхавко В. Б. История русского купечества. М.: Вече, 2008. 512 с.
6. Хождение за три моря Афанасия Никитина. Л.: Наука, 1986. 213 с.

УДК 378

*Марина Андреевна Лощилова, Алефтина Александровна Нагорняк
Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета*

ФОРМИРОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОЙ ЦЕННОСТИ У СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ[©]

Еще древние мыслители подчеркивали особое влияние образования на все сферы человеческой жизни. В наше время оно рассматривается как один из фундаментальных механизмов, входящий в подсистему мировой цивилизации, определяющего уровень и качество жизни человека.

Существенные изменения социально-экономических условий оказывают значительное влияние на процессы, происходящие в сфере образования. Рост потребности в образовании способствует расширению сферы образовательных услуг. Происходит формирование и становление системы открытого образования, способной обеспечить широкую доступность образовательных ресурсов через многообразие форм учебной деятельности, образовательных программ, высокий уровень развития информационных технологий, преемственную систему различных уровней образования, интенсивное развитие новых информационных технологий и превращение их в мощный фактор развития образования.

Изменения, происходящие в социально-экономической, политической сферах носят глобальный характер и соответственно определяют требования к выпускникам высших учебных заведений, что требует изменения не только содержательной составляющей учебных программ, но и иных подходов, методик и технологий, реализуемых в процессе обучения и воспитания.

Сегодня российское общество и государство нуждаются в людях, которые способны конструктивно влиять на социокультурное развитие страны. Одной из важнейших задач вузовского образования является формирование ответственности будущих специалистов. Соотнесенность ответственности с ценностью человека и общества определяет ее ценностный статус, социальную и личностную значимость.

Ответственность как социально значимая ценность помогает личности осуществлять общественно одобряемый выбор поведения в жизненно важных ситуациях. Отношение к ответственности есть ключевое условие выживания и развития человечества. Поэтому, социальное развитие сегодня определяет во многом необходимость культивирования в обществе ответственности как социально значимой ценности.

Значение понятия «ценность» многовариативно и распространено как в сфере обыденного сознания, так и научного знания.

В философской и социологической литературе ценность как термин используется для указания на человеческое, культурное и социальное значение определенных объектов и явлений, отсылающий к миру должного, целевого, смысловому основанию, абсолюту. Ценности задают границы социокультурной активности любого социального субъекта.

Понятие «ценность» в современной философской литературе рассматривается двояко: «ценность» как единство субъективного и объективного факторов и «ценность» как воплощение преимущественно фактора субъективного в отношении к предмету, его значимости.

Г. П. Выжлецов отмечает, что специфика ценностей, их проявление и функционирование в обществе определяются не субъект-объектными, а межсубъектными отношениями, и в них же реализуются [1].

Ценность представляет собой необходимую, должную и желанную цель, преобразуемую идеалом и участвующую в обратном нормативно-регулирующем воздействии на межсубъектные отношения, а через них и на социальную практику. Ценности проявляются и реализуются в конкретных социальных ситуациях, в отношениях между людьми по поводу материальных объектов, фактов, событий, действий, становящихся в этих ситуациях носителями ценностей. Поэтому всегда имеют исторически-конкретное содержание, но не всегда ценности личности совпадают с ценностями общества.

В трудах мыслителей идея общечеловеческих ценностей всегда занимала важное место. К числу общечеловеческих ценностей В. А. Караковский относит такие ценности как: Земля, Человек, Знание, Культура, Труд, Отечество, Мир; семью, надежду, уверенность, мужество, пространство, время, традиции, новации [2].