

**Faculty of Management and Social Communication**  
Jagiellonian University

---

---

# **CONTEMPORARY SCIENCE**

**THE THEORY  
AND THE PRACTICE**

---

---

**KRAKÓW 2016**

# **CONTEMPORARY SCIENCE**

**THE THEORY  
AND THE PRACTICE**

Published in cooperation with:

Faculty of Management and Social Communication  
Jagiellonian University in Kraków

and

Institute for Sociology and Regional Studies  
Southern Federal University in Rostov-on-Don

Published as part of the work of the Department of Management in Tourism of the Jagiellonian University.

Editor:

Dr hab. Grzegorz Sroślak  
Associate Professor, Jagiellonian University

Reviewers:

Professor, Doctor of Sciences in Economics Vitalij M. Bielolusov  
Southern Federal University in Rostov-on-Don

Prof. zw. dr hab. Tadeusz Grabiński  
Cracow University of Economics

Dr hab. Ewa Wszendybył-Skulska  
Associate Professor, Jagiellonian University

Dr Viktor V. Chernous  
Profesor, Southern Federal University in Rostov-on-Don

The publication financed by Jagiellonian University from the funds of the Faculty of Management and Social Communication.

Wydawnictwo: AMR Będzin, 2016  
wydawnictwoamr@wp.pl  
ISBN: 978-83-60202-16-6

## TABLE OF CONTENTS

Introduction	5
<i>Jarema Batorski, Karolina Mikołajczyk</i> OPEN CHANGE AS ORGANIZATIONAL LEARNING: THE CASE OF A TOURIST COMPANY	7
<i>Sergey Bazhenov, Elena Bazhenova</i> A GLOBAL MOOCS MARKET AND ITS IMPACT ON THE NATIONAL SYSTEM OF EDUCATION IN RUSSIA	15
<i>Anna Bespalova</i> CREATIVE STRATEGIES OF CONSTRUCTION OF RECREATIONAL SPACE OF A CITY: THE SPECIFIC OF REALIZATION IN RUSSIA AND EUROPE	23
<i>Krzysztof Borkowski, Jakub Borkowski</i> COUCHSURFING – THE NATURE AND STUDY OF THE PHENOMENON	31
<i>Natalia Chernobrovkina</i> THEORETICAL APPROACHES AND ACTUAL PROBLEMS IN THE STUDY OF SOCIAL CONTROL IN DOMESTIC AND FOREIGN SO- CIAL KNOWLEDGE	45
<i>Ewa Grabińska</i> SCIENCE OR PRACTICE? POT'S TRAININGS ON THE TOURISM MARKET	53
<i>Anna Kaczmarska</i> THE NEGATIVE ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF MASS TOURISM IMPETUS TO THE GROWTH OF INTEREST IN THE OFFER AGROTOURISM	67
<i>Sebastian Kopera</i> APPLICATION OF DIGITAL PLATFORMS SUPPORTING CREATION OF A LOCAL E-ENVIRONMENT FOR NETWORKING. A POLISH TOURISM BUSINESS CASE STUDY	81
<i>Katarzyna Kosior</i> BIG DATA IN PUBLIC POLICY ANALYSIS	91
<i>Oxana Posukhova</i> PROFESSIONAL CAREER IN THE ECONOMIC SEGMENT OF RUSSIAN SOCIETY	109

<i>Nataliya Pyliachyk</i> SEMANTIC-COGNITIVE OBJECTIFICATION OF THE CONCEPT <i>NATURAL PHENOMENA</i> IN THE ENGLISH LANGUAGE	117
<i>Anton Serikov</i> INTERACTION OF MIGRANTS AND THE ACCEPTING POPULATION IN THE ROSTOV REGION	121
<i>Grzegorz Sroślak, Nona Gubnelova</i> FEDERATION OF STATE AND FISCAL FEDERALISM	131

## Introduction

The following monograph is a collection of articles that both develop and continue the discussion about the place of theory and practice in modern science, which was undertaken last year by authors representing three different countries, i.e. Poland, Russia and Ukraine during the venue organised by the Department of Management in Tourism of the Jagiellonian University as well as the Institute of Sociology and Regionality University in Rostov-on-Don.

The issue of relations between theory and practice both inside science as well as across its connections with other areas of human activity gathered the most attention from conference participants. Submitted papers clearly reflected that common area of interest.

During a heated discussion, engaged participants agreed that joint utilisation of both theoretical and practical knowledge in professional fields, scientific and other alike allows for achieving more comprehensive and effective results.

As a result of the discussion a team emerged, which included those conference participants who are committed to the idea of combining theory with practice in their everyday work in various institutions. This team sought to introduce individually understood issues of mutual relations between practice and theory to the challenges a contemporary science should face. By analysing the issues of modern science and the place of theory and practice in it, particular attention was turned to the scientific and technical progress as a phenomenon that affects both the real and the regulatory dimension. The current state of discussion on this subject concentrates mainly on the chronology and importance of each discovery, which entirely misses the point of the issue. Humanity is proud of its latest achievements [regardless of how much contribution each group had actually provided], i.e. the progress of informatics, „conquest” of cosmos or developments in medicine. However, we must not forget that each historical period brings in its own contributions accordingly to current state of scientific-and technological capabilities. The most characteristic feature of modern science as far as the scientific progress is concerned stems from an ongoing process of transforming science into society's productive strength. Signs of that can be found in strategic efforts of most societies, usually expressed through state's institutions as well as corporations [although neither can be judged beyond a shadow

of a doubt]. It means that entities in their doctrines of social and economical development account for issues of scientific and technological development. In its actual state the social and economical development requires a constant flow of new inventions, as well as technological know-how required to implement them, which in turn causes it to rely on modern science.

Additionally many actual social issues, which couldn't have been solved through „social wisdom” obtained by social experience can now be taken care of by using properly directed scientific effort. While discussing the place of modern science in social and economical reality we need to acknowledge its capability to: improve and automate various forms of physical and mental labour, increasing the society's pool of knowledge, exchanging and developing materials used in various industries, increasing the level of automatisisation and mechanisation in different fields of social activity and finally improving the process of managing as well as the process of gathering and transferring knowledge.

Taking into account the aforementioned issues the authors who participated in the discussion developed a multitude of scientific papers. They connect both the theory and practice in modern science either as a direct result of scientific pursuit or as a result of professional experience of jointly utilising practical and theoretical knowledge.

Editor

**Jarema Batorski**

*PhD, Department of Management in Tourism, Jagiellonian University in Kraków*

**Karolina Mikołajczyk**

*MA, Department of Management in Tourism, Jagiellonian University in Kraków*

## **OPEN CHANGE AS ORGANIZATIONAL LEARNING: THE CASE OF A TOURIST COMPANY**

### **Abstract**

Nowadays organizational change started to play more and more important role in existing organizations. Complexity of the environment in which companies have to function results in creating very complex changes. Efficient change management became one of the most crucial and important abilities that all companies should have. It is strongly dependent on knowledge resources, brought to a company by its employees and managers, as well as the experience gathered throughout the years of functioning on a market. Gathering a wide scope of those information helps companies to prepare themselves for upcoming turbulences and let them learn and evolve. If a company is capable of creating appropriate organizational culture that supports employees' self-improvement, occurring change proceeds smoothly and becomes a valuable opportunity instead of a threat. The paper presents a relationship between change, particularly open change, and organizational learning. Organizational learning may be understood as assumption sharing. It is interpreted as a social construction which transforms acquired cognition into accountable abstract knowledge. Sharing assumptions or cognitive maps among organizational members constitutes the base of learning. Organizations are considered as artifacts based on cognitive maps members use to orient themselves in their organizational interactions. Organizational learning consists of the process of modifying these maps. Creation of an open change necessitates a strengthening of organizational learning; such strengthening is possible if the business satisfies specific conditions. The aim of the paper is to introduce a project of organizational change in a company called Nautica Safari, using the concept of an open change.

**Key words:** open change, tourist enterprise.

### **Introduction**

Management of tourist companies has to master an ability of reacting to peculiar challenges coming from the business environment, especially those concerning customers' needs. Rapidly growing competition in the tourist industry, in respect to both mature and emerging markets, makes the knowledge of actual trends in the business, mold the ability to create strategies which enable companies to gain their competitive edge (Dwyer *et al.* 2009). International and local market trends in tourism, transfer of new technologies into tourist business, as well as constantly changing and evolving tourists' preferences, underline



the value of quality and make it weigh more and more. In this context organizational change has great relevance, especially when implemented as *open change*.

### **Open change**

In the case of an open change, carried out especially in unbalanced conditions, it is not clear what is actually changing and why. The duration, as well as consequences, which are completely unpredictable, are unknown (Stacey 2013, p. 36). Open change considered as gradual transformation of a company's operations, is the final result of accumulating individual actions and occurrences. Its course corresponds to managing badly overhauled problems.

The concepts of change, which refer to the nature of evolution, underline the significance of organizational learning as their main carrier. Organizational change may emerge as a bottom-up movement, which is a result of constant process of adapting to turbulent environment and conditions (Dawson 1994, 2014). Analysed in such a depiction, it is understood as organizational learning, not as one of the methods of transmuting operational systems and organizational structures (Bratnicki 1998, p. 103). In this case, it is assumed that survival and development are based on opportunistic use of given chances. The operation of management is focused on creating an environment suitable for experimentation, risk-taking, cooperation and gaining new competences – all as part of a coherent development vision (Bratnicki 1998, p. 103). The open change model assumes a certain destabilization and failure of existing structures and systems (Bratnicki 1998a, p. 42). Management influences the effects, creating the space for organizational learning. Managers of an organizational change, influence the processes of politicizing and learning, as well as using plans and value systems (Bratnicki 1998a, p. 43).

B. Burnes (2009) has confronted a concept of planned vs. emerging changes. In the second depiction change is recognized as a continued, dynamic process, which develops into an unpredictable and unplanned way, which makes organizations adapt their operations to changing environment in real time. However, P. Dawson (2005) underlines however the importance of planning, which can become crucial when circumstances pressure radical and quick change.

In the R.D. Stacey's (2013)<sup>1</sup> model of an open change, the first phase consists of detection and selection of problematic issues, which are generally ambiguous. This entails a massive uncertainty as to their consequences. The recognition of respective issues must be based on spontaneous initiatives and intuition of individuals in the organization, without regard of their position in the hierarchy. Employees identify and make a selection of particular issues due to their sensitivity to anomalies and different interpretations of the occurring phenomena.

Individuals who detected and selected problematic issues, must draw others' attention to them. As a part of informal activity, employees try to gain broad agreement among their peers and create internal coalitions. It is crucial to win widespread support from those who are entitled to make decisions concerning utilisation of resources. The moment the support is gained, the problematic aspect becomes an official strategic issue for the company. Thereafter it is the management who has to decide about the future actions that have to be undertaken in order to solve the issue.

Commenting, interpreting and analysing of the strategic issue gradually leads to destabilization of a company. Managing in such circumstances often causes stormy debates

---

<sup>1</sup>Study published first in 1991.

and internal conflicts. The presence of sense of insecurity and collapse of previous order creates the possibility of implementing essential changes. Due to political behaviour, which enhances the sense of instability, employees, paradoxically, feel more self-confident, express their opinions, question imposed assumptions and look for new solutions. All of these attitudes, often unconsciously, make them play in the foreground of the whole process of a change.

The distinctive feature of an open change is that it cannot be time-determined. It depends on many different factors, among which the most important are cooperation and agreement. They constitute the main tool for organizational learning and support all the actions taken as an experiment.

Although all attempts of formulating and solving the problematic issues take place internally in informal structures, their success depends on actions taken by formal formations. Winning their support and validation of operations allows the transformation of problematic issues into strategic challenges and integration of new knowledge with the one already existing in the organization. Experienced management is aware of the great value of human and knowledge resources in a company, and creates adequate room for actions concerning organizational change. It is very important to create appropriate space for organizational learning. Control of the process of change does not require, as far as the open change is concerned, pursuance of prediction and stability of events.

### **Organizational learning**

Organizational learning may be interpreted as a social construction which transforms acquired cognition into accountable abstract knowledge. Argyris and Schön's theory represents the perspective from which organizational learning is seen as the sharing of assumptions (Nicolini, Meznar 1995). Sharing assumptions or cognitive maps among organizational members constitutes the basis of learning. Organizations are considered as artifacts based on cognitive maps members use to orient themselves in their organizational interactions. Organizational learning consists of the process of modifying these maps (Nicolini, Meznar 1995).

Organizational task knowledge is embedded in routines and practices and represented as "theories of action", which have the advantage of including strategies of action, the values that govern the choice of strategies and the assumptions on which they are based. The general form of a theory of action is: If you intend to produce consequence C in situation S, then do A. Theory of action, whether it applies to organizations or individuals, may take a form of a theory-in-use: the theory of action which is implicit in the performance of a given pattern of activity (Argyris, Schön 1978, 1996).

Each member of an organization constructs his own representation of the theory-in-use of the whole but his picture is always incomplete. The organization's theory-in-use depends on the ways in which its members represent it. Individuals compare and adjust their private images of organizational theory-in-use. Individuals need external references to guide their private adjustments. Such reference functions are fulfilled by organizational culture (Batorski 2013). Argyris and Schön do not use the term culture in their works but organizational culture involves assumptions, strategies of action, and the values that govern the choice of strategies. There are also artifacts (maps, memories, and programs) embedded in the organizational environment.

Organizational learning is the process of detecting and correcting errors. It occurs when individuals within an organization experience a problematic situation and inquire into

it on the organization's behalf (Argyris, Schön 1996). A mismatch between expected and actual results of action leads to modify individual images of an organization and organizational culture. Culture may be seen as a system of shared cognitions or a system of knowledge and beliefs (Smircich 1983).

A study of topical literature makes it possible to claim that a high level in the ability to communicate guarantees performance of organizational learning. But good communication, paradoxically, does not always guarantee organizational performance or the ability to meet the challenges of the future (Argyris 1994). Modern managers understand that the key to better performance is better communication. They use a score of communication tools – management-by-walking-around, focus groups and others. These tools can produce useful information about routine issues. They can help, for example, to reduce costs. But they cannot get people to reflect on their assumptions and behaviour. They do not guarantee double-loop learning, which involves asking questions not only about facts but also about the reasons and motives behind those facts. Managers often censor what they need to say and hear in the name of positive thinking. They also avoid potentially threatening or embarrassing information because of defensive reasoning (Argyris 1994).

A learning business encourages employees to try new behaviour and allows to make mistakes (Batorski 2001). It processes the experiences of individuals in a manner making possible the creation of an environment in which it can be successful. Each and every experience is an opportunity for improvement. There are no permanent and final solutions to the problems that make their appearance. A learning business is a business that is constantly searching; improvement is a continuous process. A characteristic feature of a learning business is the facilitating and supporting of organizational learning; improvement should encompass learning itself. Such an organization learns how to learn. In a learning organization the creation, acquisition, and dissemination of knowledge as well as the modification of behaviour makes possible the application of new knowledge in action undertaken by employees.

### **The case of Nautica Safari**

The analysis presented below is based on a tourist company called Nautica Safari. The company started its business activity in 1997 and since that time it was a rapidly developing enterprise on the tourist and recreational diving market in Poland. Thanks to a stable position and willingness to develop, after only few years, management decided to expand their activity and they opened a branch office abroad, on the island Hvar in Croatia. It was a milestone in the development of the company, but also it became a challenge to manage one company in two different places.

In the analysed company the problematic issue has been already noticed, both by employees and management, as it concerns erroneous customer service processes, which in the case of a tourist service company constitutes its fundamental value. The bottom-up initiatives and attempts of finding new solutions, were emphasized. Management outlined general frameworks, nonetheless giving the whole team ample freedom to bring forward their own suggestions concerning further development and modernisation of basic tools.

The employees involved in the experiment decided to create very detailed and complex diagnosis of current scheme of processes existing within the company, in the context of problematic issue that were noticed. Thereafter solutions were presented to the management, whose task was to prepare in-depth reporting of operations undertaken by the employees, together with their innovative ideas, and then try to systematize it all.

Below please find the diagnosis and laid-out changes which were proposed and mapped out by employees of the company, who, year in year out, have been striving to simplify and improve their work. The process of change began with modernization of the main operational system of which the most important function was to manage customer's reservations. Therefore, it was necessary to break the whole process down into its individual parts to be able to detect bottlenecks that clog up smooth workflow, and as a result eliminate data striping which will help to increase efficiency and productivity (Table No. 1).

Tab. 1 Customer service process with its bottlenecks

<b>Customer service department – B.O. Poland</b>	<b>Accountancy department – B.O. Poland</b>	<b>Administration department – B.O. Croatia</b>	<b>Tool used</b>
1. Registration of a new customer			
2. Sending a query to B.O. Croatia regarding the accommodation availability			e-mail
		3. Checking availability	accommodation chart (Excel sheet)
		4. Sending an offer of available accommodation options to B.O. Poland	e-mail
5. Sending an offer to the customer			e-mail
6. Customer's confirmation of terms and conditions			e-mail
	7. Prepayment registration		accounting system
	8. Confirmation of prepayment registration		e-mail
9. Registration of payment balance information			reservation system
10. Sending a confirmation of reservation to B.O. Croatia			e-mail
11. Entering data into reservation system		11.1. Confirmation of reservation; entering data into an accommodation chart	reservation system, accommodation chart

12. Sending personalized voucher to customer			Word document, e-mail
		13. Customer's arrival; confirmation of terms and conditions	reservation documents
		14. Creation a week's schedule for customers	schedule board
		15. Equipment rental	documents in technical department
		16. Daily diving schedules	printed document
		17. Preparation of final settlement for customers	reservation documents, technical documents, accommodation chart, daily diving schedules
		18. Final settlement (cash or bank transfer)	bank transfer documents
		19. Mailing of documents to B.O. Poland	e-mail
	20. Confirmation of payment due; entering data into accounting system		accounting system
		21. Customer's satisfaction survey	paper document
		22. Analysis of survey	Excel sheet
	23. Payment due control		paper document, accounting system

Source: own elaboration

Detailed scheme of the customer service process presented above allowed the company to notice how many actions were performed in an inappropriate way, what caused excessive workload for the employees and reduction of effectiveness of their work. Necessity of multi-way communication between particular branch offices, as well as departments within one office, which was based mainly on the electronic mail so far, influenced an extension of the time needed to complete the entire process, from the very beginning. Over the years members of the staff were trying to find ad hoc solutions, however no matter how advanced the idea, the margin of error was still too large to allow the implementation of the new solution. Operation based on such a wide range of tools (reservation and accounting systems, electronic and paper documents, e-mails etc.) generated too much information and data. They were often duplicated, so mistakes could be

avoided. Insofar as they affected internal communication and data transfer they became only a cause of negative climate of working and cooperation. But the moment they occurred in the customer-company relation, they had significant influence on company's public relations and they undermined its competitiveness. This situation was also often verified by the feedback coming from the customer's satisfaction survey.

The open change in the company was now at a stage when the problematic issues were noticed by the management and were recognized as main strategic problems. Management accepted the idea of change presented by the employees and they started the process of implementation. The draft version had to be adjusted to the financial and organizational possibilities of the company. Technical questions, related to the creation of a new reservation system, were discussed with an IT specialist. The main target of the change was an increase in the effectiveness of individual employee, reduction of time-wasting operations and upgrade of customer service offered by the company, which stands for company's public relations on the market. New solutions brought by the change were also assumed to have an influence on the employees' attitude to their work and duties, increase of their satisfaction and elimination of overtime. All these expected changes should also affect employees' involvement in the development of the company and give them a sense of contribution in creating the company's future. Additionally, the change should also have an impact on a contraction of the budget.

The final project of change was presented to all the employees of the company. Such type of communication is an integral part of an organizational learning. Everyone was asked to express their opinion, that also was thoroughly analysed by the management. All the members of staff accepted the plan of the change. Project was given to IT specialists, who were responsible of creating personalized system, based on a design brief. Management set precisely the duration and conditions for the creation of the system. Simultaneously, all the staff members were asked to assemble a complex list of data that had to be transferred to the new system. Management together with IT specialist outlined a framework within which employees could operate, however they left them a lot of freedom in choosing methods to use. They did not create any special department responsible for implementation, which put equal responsibility on all the employees. Giving more leeway to the members of staff, is one of the basic pillars of an open change. It allows self-organizing, which helps to use the potential of people and let them create suitable tools for their work. It influences their commitment and motivation. The role of management is to exercise control and to constantly monitor the effects of operations.

## **Conclusion**

Analysis of the process taking place in Nautica Safari revealed many significant elements of an open change and organizational learning – two important phenomena in today's world of organizations. First of all, the specific form of communication between employees and management should be underlined. The ability of learning on the individual level was supported particularly by the culture of participation indicated by encouraging employees to make decisions and take the initiative. From the beginning the company had an organizational culture which made an open change occur and evolve naturally. Company's meeting were always based on a spirit of strong consensus and cooperation. The final project was the result of unified efforts. In line with guidelines of an open change, although the process had its strict and definite points, it is impossible to determine the time frames and to predict the final results of a long-term process.

Bibliography

1. Argyris, Ch. (1994). Good Communication That Blocks Learning. *Harvard Business Review*, 72 (4).
2. Argyris, Ch., & Schön, D.A. (1978). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Menlo Park: Addison Wesley.
3. Argyris, Ch., & Schön, D.A. (1996). *Organizational Learning II: Theory, Method and Practice*. Reading: Addison Wesley.
4. Batorski, J. (2001). Corporate Learning Ability. *Human Resource Management*, 1A.
5. Bratnicki, M. (1998). *Transformacja przedsiębiorstwa*. Katowice: Wyd. Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
6. Bratnicki, M. (1998a). *Zarządzanie zmianami w przedsiębiorstwie*. Katowice: Wyd. Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
7. Burnes, B. (2009). *Managing Change: A Strategic Approach to Organisational Dynamics* (5th ed.). Harlow: FT/Prentice Hall.
8. Dawson, P. (1994). *Organizational Change: A Processual Approach*. London: Paul Chapman Publishing.
9. Dawson, P. (2005). Changing Manufacturing Practices: An Appraisal of the Processual Approach. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 15 (4).
10. Dawson, P. (2014). The Processual Perspective: Studying Change in Organisations. In H. Hasan (Ed.), *Being Practical with Theory: A Window into Business Research*. Wollongong: THEORI. [http://eurekaconnection.files.wordpress.com/2014/02/p-64-66-processual-perspective-theoriebook\\_finaljan2014-v3.pdf](http://eurekaconnection.files.wordpress.com/2014/02/p-64-66-processual-perspective-theoriebook_finaljan2014-v3.pdf)
11. Dwyer, L., Edwards, D., Mistillis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and Enterprise Management for a Tourism Future, *Tourism Management*, 30 (1). DOI:10.1016/j.tourman.2008.04.002
12. Nicolini, D., & Meznar, M.B. (1995). The Social Construction of Organizational Learning: Conceptual and Practical Issues in the Field. *Human Relations*, 48 (7).
13. Smircich, L. (1983). Concepts of Culture and Organizational Analysis. *Administrative Science Quarterly*, 28.
14. Stacey, R.D. (2013). *The Chaos Frontier: Creative Strategic Control for Business*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

**Sergey Bazhenov**

*PhD, President of Science Horizons Foundation, Rostov-on-Don*

**Elena Bazhenova**

*PhD, Associate Professor, Southern Federal University, Rostov-on-Don*

## **ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК МАССОВОГО ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ СИСТЕМУ ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ**

### **A GLOBAL MOOCS MARKET AND ITS IMPACT ON THE NATIONAL SYSTEM OF EDUCATION IN RUSSIA**

Статья выполнена при поддержке внутреннего гранта ЮФУ № 213.01-07-2014/1515ПЧВГ «Угрозы национальной безопасности в условиях геополитической конкуренции и модели агрессивного и враждебного поведения молодежи»

#### **Аннотация**

В статье даётся теоретический анализ проблем институализации массового онлайн-образования в современном обществе. Отмечается, что в глобальном информационном пространстве традиционные системы национального образования под воздействием МООС трансформируются. Особое внимание уделено содержанию этих изменений, их влиянию на развитие современного общества.

**Ключевые слова:** информация, МООС, традиционное образование, современное общество.

#### **Abstract**

The article gives a theoretical analysis of the problems of MOOCs institutionalization in modern society. It is noted that in the global information space the traditional systems of national education are transforming. Special attention was paid to the content of these transformations and their impact on the development of modern society.

**Keywords:** information, MOOCs, traditional education, modern society.

В данной статье будут рассмотрены различные аспекты воздействия динамично развивающегося в последнее время в глобализирующемся мире рынка массового онлайн-образования на национальные системы образования, главным образом – высшего и дополнительного. При этом основное внимание будет уделено системе высшего образования в России. При этом следует учитывать, что сегодня в России система образования вообще, а высшего – в частности, подвергается радикальной трансформации под влиянием разнообразных факторов: это и глобализация, и нарастание скорости социальных процессов, и быстрый технический прогресс, и огромные массивы информации, обрушивающиеся на современного человека. Это и такие институциональные факторы, как требования Болонского процесса, участником которого Россия является с 2003 года, реформа системы образования РФ, законодательно закрепляемая Федеральным законом от 29.12.2012 N



273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и т.п. При этом центральными вопросами остаются следующие: Чему учить? Кого учить? Как учить? В последнее время актуализируются и обретают несколько иное звучание вопросы: Где учить? Кто будет учить?

Важной тенденцией в образовательном процессе является активно развивающийся сегмент электронного обучения, связанный с распространением так называемого *массового онлайн-образования* (Massive Open Online Courses, MOOCs) Под этим термином принято понимать инновационную модель получения образования онлайн, доступную практически без ограничений любому человеку, кто хочет принять в ней участие [6]. Участниками могут быть студенты учебного заведения, на базе которого находится MOOC, а также любой человек, имеющий доступ в интернет.

Широкое развитие MOOCs обусловлено целым рядом обстоятельств: 1) массовым спросом на образование в течение всей жизни; 2) невозможностью в достаточной мере обеспечить существующий спрос государственным бюджетным финансированием; 3) стремлением людей обучаться по индивидуальным учебным траекториям; 4) постоянным ростом цен на формальное традиционное образование; 5) желанием участников мирового рынка образования найти эффективный инструмент конкурентной борьбы; 5) опорой на идею, что образование будущего должно быть массовым и общедоступным. Подавляющее большинство курсов MOOCs в настоящее время производится и предлагается в США (всего 2400 от 400 университетов). Тремя наиболее крупными провайдерами MOOCs в настоящее время являются Coursera, edX и Udacity.

Следует отметить, что за три года своего развития, передовые MOOCs превратились в комплексный продукт на глобальном рынке образовательных услуг, в создании и функционировании которого задействованы государственные структуры, венчурный капитал, разного рода неправительственные организации (НПО), университеты и представители бизнеса, а также слушатели курсов, как конечные потребители.

В качестве наиболее характерного примера рассмотрим лидирующую образовательную платформу *Coursera*. На 01.05.2016 г. в Coursera зарегистрировано 17 071 000 пользователей и 1 896 курса от 142 образовательных учреждений из 28 стран мира [5]. Принято считать, что Coursera – это некоммерческая образовательная компания, созданная усилиями двух основателей-энтузиастов. Однако поражает масштаб целенаправленных финансовых вложений и количество участников, имеющих непосредственное отношение к созданию и интенсивному развитию данной образовательной платформы.

*Финансирование* платформы Coursera проходило в несколько этапов из венчурного капитала. В 2012 году в рамках начального «Паунда А» она получила инвестиции в размере \$22 млн. от венчурных фондов Kleiner Perkins Caufield & Byers (KPCB) и New Enterprise Associates (NEA), образовавших для этого совместный проект. В выделении этого транша Coursera помогал Джонатан Грэйр (Jonathan Graye), президент международной компании Kaplan, Inc. – лидера в области предоставления образовательных и профессиональных сервисов, дочерней компании крупнейшей диверсифицированной образовательной и медийной ТНК Graham Holdings. Последующие инвестиции в рамках «Паунда В» в размере \$43 млн. в 2013 году были получены от GVC Capital, International Finance Corporation (IFC), Laureate

Education Inc. (LE), LearnCapital (LC) и Юрия Мильнера. В 2015 году прошел «Раунд С», в рамках которого было инвестировано ещё \$49,5 млн. от KPCB, NEA, Times Internet Ltd., Coleman and Company Ltd. и IFC. Также в виде не прямых инвестиций в 2013 году было получено \$3,7 млн. от Калифорнийского технологического университета (California Institute of Technology) и Университета Пенсильвании (University of Pennsylvania). Таким образом, за период с 2012 по 2015 годы на развитие платформы было получено инвестиций на сумму \$118,2 млн.

*Технологическими партнёрами* платформы являются крупнейшая в мире американская компания по обороту среди продаж товаров и услуг через интернет *Amazon* и серверное решение *NGINX*.

Провайдером контента являются лучшие *университеты* мира, подписаны соглашения со 138 образовательными учреждениями из 28 стран, среди которых есть и родной для основателей Стэнфордский университет (Stanford University), так и такие лидеры, как Принстонский Университет (Princeton University), университет Дьюка (Duke University), Технологический институт Джорджии (The Georgia Institute of Technology), университет Джонса Хопкинса (Johns Hopkins University) и др. В качестве зарубежных партнёров Coursera можно выделить Эдинбургский университет (University of Edinburgh in Scotland), университет Торонто (The University of Toronto), федеральная политехническая школа Лозанны (EPF Lausanne) и многие др. Россия представлена шестью вузами: Новосибирским, Томским и Санкт-Петербургским государственными университетами, НИУ «Высшая школа экономики», МФТИ и МИФИ.

Для партнёрских образовательных учреждений Coursera даёт следующие значимые преимущества: 1) расширяет доступ к образованию в конкретном вузе, давая возможность этому университету стать известными по всему миру; 2) поддерживает определённую «элитарность» университета, размещающего свои курсы на образовательной платформе; 3) за счёт использования современных технологий анализа «больших данных» позволяет университету иметь наиболее подробный профиль по каждому обучающемуся и влиять на процесс обучения.

Следует заметить, что в области *методологии* образовательного процесса Coursera непосредственно работает с *Американским Советом по образованию* (American Council on Education) и *Фондом МакАртуров* (MacArthur Foundation), которые обеспечивают логистику процесса и необходимый методологический консалтинг.

Coursera активно использует положительный опыт других MOOCs, таких как, например, Udacity. Так, благодаря партнёрству с профессиональной социальной сетью для установления деловых контактов *LinkedIn* и глобальной издательской и образовательной компанией *Pearson PLC* была запущена программа «Direct-to-Profile Certifications», позволяющая придать получаемому слушателем сертификату более реальное значение для потенциального работодателя.

В России ключевым партнером по обеспечению и продвижению идей Coursera является центр новых технологий и технологического предпринимательства *Digital October*. Другой российской компанией, тесно сотрудничающей с Coursera, является *ABBYY Language Services*, которая в рамках проекта «Переведём Coursera» использует собственную облачную технологическую платформу SmartCAT для автоматизации перевода курсов на русский язык.

Другой весьма важной стороной работы образовательной платформы Coursera является её тесное сотрудничество с американскими *государственными*

*структурами*. Так, на первом этапе создания платформы оно сводилось к работе через ряд аффилированных НПО, таких как MacArthur Foundation. Но уже в конце октября 2013 года Coursera напрямую объединилась с *Госдепартаментом США* для создания «обучающих центров» (Learning Hubs) по всему миру. Заместитель помощника госсекретаря по академическим программам Госдепартамента США Меган Кертис (Meghann Curtis) отмечает: «*Мы рады стать партнёром Coursera, что позволит обучаемым получить новые знания и навыки, и они смогут присоединиться к студентам высших учебных заведений США*» [9].

Следует отметить, что массовому онлайн-образованию имманентно присущи такие негативные особенности, как нестабильное качество и глубина знаний, отсутствие единых образовательных стандартов, развитие шаблонного мышления, плагиат, проблема академической честности и пр., также присутствуют неготовность слушателей к подобным курсам, высокая степень неопределённости на следующий год [2]. Однако в рамках глобального проекта по влиянию на мировое образование, эти недостатки активно и целенаправленно используются, а через разворачиваемые образовательные сетевые структуры идёт процесс их глобального применения. При соответствующем масштабе, который даёт альянс Coursera с Госдепом США, подобные курсы способны негативно влиять на качество образования в странах третьего мира, что в свою очередь является одной из задач «навязывания демократии» как части «мягкой силы» (Soft Power) [4].

Работу со слушателями наиболее явно можно показать на примере второго MOOCs по масштабу. Платформа Udacity внедрила «Программу трудоустройства» (*Job Placement Program*) для повышения шансов трудоустройства слушателей курсов. В рамках этой программы платформа ведёт автоматический учёт активности слушателей (успеваемость, социальная активность в рамках курса и т.д.) и формирует подробный профиль и итоговое резюме. Потенциальные работодатели заключают договор с Udacity и за определённую плату получают доступ к резюме лучших слушателей из любого определённого географического региона мира на выбор, что в конечном итоге помогает им находить искомым кандидатов на вакантные рабочие места. Среди работодателей постоянно активно пользующихся данной программой можно отметить таких гигантов как Google, Bank of America, Facebook, Twitter и др., однако среди них пока отсутствуют российские компании.

Особо следует отметить *угрозы глобального масштаба*, которые связаны с негативной трансформацией международной системы высшего образования. Заметная включенность в систему массового онлайн-образования мировых грандов, таких как Гарвард, Стэнфорд, МТИ, Беркли и др. свидетельствует о переориентации частных вузов США на активное *подавление национальных мировых систем образования* в целом. Также, в рамках «второй» волны будет непременно происходить развал национальных университетов среднего уровня, которые безусловно станут изгоями на сузившемся рынке традиционного очного образования.

«Взрывное» интенсивное развитие MOOCs при согласованности и единой направленности действий трёх основных лидеров рынка: Coursera, edX и Udacity свидетельствует о тщательной подготовке и планировании проекта *захвата рынка глобального образования*. Здесь можно говорить о дерзкой попытке «изобрести заново» образование в мировом масштабе, сделав его доступным каждому желающему. При этом все отчётливее проявляются признаки так называемых

«разрушительных» инноваций, которые изменяют соотношение ценностей на рынке [3].

Директор «Агентства стратегических инициатив» Д. Песков замечает: «... все системы массовых онлайн курсов основаны профессорами из Бостона, Кембриджа, Оксфорда и Кремниевой долины. Когда вы там учитесь, там существует ... «массовый автоматический анализ паттернов учащегося», ... система создаёт ваш персональный профиль компетенций. Этот профиль является товаром на рынке. Эти MOOC учатся его продавать ведущим компаниям. ... Это одновременно величайшая возможность, и одновременно величайший риск и угроза» [1].

Следует также отметить, что MOOCs являются скрытой формой продвижения корпоративных интересов ТНК, что в конечном итоге приведёт к гомогенизации высшего образования, потере «академической свободы», замене значительного числа профессорско-преподавательского состава на так называемых «суперпрофессоров» (superprofessors) – тьюторов с непомерно большими полномочиями.

Другим важным моментом является применение технологии «естественного отбора», когда MOOCs используют специально выстроенный сценарий обучения, при котором сам механизм участия в процессе обучения и последовательного прохождения заданий играет роль своеобразного «фильтра», позволяющего отсеивать пассивных и нелояльных слушателей. Тем самым дойти до конца курса удастся только действительно лучшим и самым желаемым для организаторов MOOCs студентам. Именно они и являются искомой «целевой группой» для последующей продажи партнёрам-заказчикам.

Развитие данного направления оценивалось и оценивается как стратегия в борьбе за человеческий капитал. Основные цели и ожидаемые последствия этой борьбы для России: 1) ослабление и торможение развития интеллектуального потенциала России и как следствие - окончательное разрушение национальной системы образования; 2) переориентация населения России на обучение в иностранных вузах, предоставляющей массовое онлайн-обучение по очень привлекательным ценам; 3) вынужденное погружение обучающихся в культуру другой страны, ориентация на её базовые ценности и как следствие - размывание российской национальной идентичности.

Международная экспансия американских образовательных платформ породила ответные действия мирового сообщества. Так, уже в декабре 2012 года Великобритания запустила собственную платформу массовых онлайн-курсов *Futurelearn*. Она объединила 17 наиболее известных британских университетов, входящих в Russell Group, а также государственные Британский совет, BBC, Британский музей и Британскую библиотеку. В 2013 году Германия запустила платформу *Iversity*, а Европейская ассоциация университетов дистанционного обучения (EADTU) запустила платформу *OpenupEd*. Под эгидой Испании развёрнуты испаноязычные *MiriadaX* и *Platzi*, правительство Китая в союзе с Пекинским университетом и крупнейшей в мире компанией по интернет-продажам Alibaba запустила платформу *Chinese MOOCs*, а также проекты *Genshuixue* и *Qingtajiao*.

В России ситуация с развитием массовых онлайн курсов крайне противоречива. Концепция развития образования на 2016-2020 годы [7], утвержденная Правительством РФ и подписанная премьер-министром Д.А. Медведевым 29 декабря 2014 года (№ 2765-р), слабо учитывает аспекты современного электронного обучения и практически совершенно не учитывают феномен MOOC как

угрозу национальной безопасности страны [8]. В данный момент различными научными группами при поддержке бизнес сообщества идет процесс создания, разворачивания и использования целого ряда проектов. Среди наиболее значимых можно отметить такие как: 1) «*Универсарium*» (<http://universarium.org>) - проект, позиционируемый как российская MOOC-платформа и запущенный при поддержке Агентства стратегических инициатив и РИА-Новости; 2) «*Eduson*» (<https://www.eduson.tv>) – ориентированная на профессионалов платформа для предоставления образовательных курсов по бизнес-тематикам; 3) «*Uniweb*» (<http://uniweb.ru>) – платформа онлайн-обучения для распространения как отдельных курсов, так и образовательных программ, разработанная РАНХиГС при поддержке МГУ, МГИМО и РМОУ; 4) «*Intuit.ru*» (Национальный открытый университет ИНТУИТ) – образовательное учреждение, предлагающее две программы бакалавриата и несколько программ второго высшего образования, большое количество отдельных курсов (повышение квалификации); 5) «*Нетология*» (<http://netology.ru>) – платформа онлайн-обучения IT-специалистов.

Однако наиболее интересным и перспективным можно считать несколько запоздалый ответ Правительства РФ, которое в конце 2014 года сформировало Совет по открытому образованию, а уже в апреле 2015 под эгидой Рособнадзора и Министерства образования и науки РФ учредило Ассоциацию «Российская национальная платформа открытого образования». В нее вошли 8 ведущих университетов России: МГУ, ВШЭ, МФТИ, МИСиС, СПбГУ, СПбПУ, Санкт-Петербургский НИУ информационных технологий, механики и оптики (ИТМО) и УрФУ. Планируется, что в ближайшие три года каждый из вузов-учредителей вложит в развитие открытого онлайн-обучения не менее 50 млн руб., а уже к маю 2016 года на образовательной платформе будет подготовлено и размещено порядка ста обучающих курсов.

Процессы глобальной трансформации международной системы высшего образования за последние три года качественно усилились за счёт стремительного развития электронного обучения и так называемых массовых открытых онлайн курсов. Связанная с этими процессами международная конкуренция бросает вызов национальным системам образования. Анализ становления и развития лидирующих мировых образовательных платформ явно показывает, что все они являются комплексными, целенаправленными и хорошо продуманными проектами финансовых групп, частных университетов США, государственных и неправительственных структур и организаций по захвату рынка глобального образования и подавлению национальных мировых систем образования, в том числе и российских.

#### Литература

1. Дмитрий Песков: «Вузы больше не являются основным поставщиком кадров для национальной экономики» // Executive.ru [Электронный ресурс] URL: <http://www.executive.ru/education/proeducation/1777387-dmitrii-peskov-vuzy-bolshe-ne-yavlyautsya-osnovnym-postavschikom-kadrov-dlya-natsionalnoi-ekonomiki> (дата обращения: 01.05.2016).
2. Инфографика: Тёмная сторона MOOC // Образование сегодня [Электронный ресурс] URL: <http://www.ed-today.ru/infografika/155-infografika-tjonnaya-storona-mooc> (дата обращения: 01.05.2016).
3. Матухин Д.Л., Соколова Э.Я., Адамчук А.В. Электронное обучение в вузе: мобильные системы, массовые онлайн-курсы, smart-образование. // Молодой учёный. Ежемесячный

научный журнал. - Казань: Издательство Молодой ученый - 2015. - № 8 (88). - С. 987-990. - ISSN 2072-0297.

4. *Най Дж. С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике, Новосибирск/Москва, 2006, с. 30-32

5. Официальный сайт Coursera [Электронный ресурс] URL: <https://www.coursera.org> (дата обращения: 01.05.2016).

6. Официальный сайт Oxford University Press [Электронный ресурс] URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/моос> (дата обращения: 01.05.2016).

7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. № 2765-р, утверждающее концепцию федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы // <http://минобрнауки.рф/документы/4952>

8. Постановление Правительства РФ от 23 мая 2015 г. N 497 «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016 - 2020 годы»  
// <http://base.garant.ru/71044750/#ixzz3tTCvx23t>

9. Introducing Coursera Learning Hubs: Global Participation, Local Access and Support! // Coursera Blog Coursera [Электронный ресурс] URL: <http://blog.coursera.org/post/65596539008/introducing-coursera-learning-hubs-global> (дата обращения: 01.05.2016).



**Anna Beshpalova**

*Postgraduate student, Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University, Rostov-on-Don*

## **КРЕАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА: ПРИМЕРЫ РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ И ЕВРОПЕ**

## **CREATIVE STRATEGIES OF CONSTRUCTION OF RECREATIONAL SPACE OF A CITY: THE SPECIFIC OF REALIZATION IN RUSSIA AND EUROPE**

### **Аннотация**

Креативность проявляется во всех сферах жизни людей (экономика, культура, повседневная жизнь). В данной статье рассматриваются креативные аспекты рекреации. Мы анализируем креативные стратегии следующих субъектов - отдыхающие, организаторы отдыха и органы власти, поддерживая идею двойственности пространства, как концептуальный подход сочетания теории структуры и теории действия. Пространство рассматривается как результат действия, которое определяет воспроизводство социальных практик. Конструирование пространства рассматривается, принимая во внимание восприятие пространства субъектами деятельности. Рассматривается не только физическое наполнение пространства, но и отношения между объектами.

Специфика реализации креативных стратегий конструирования рекреационного пространства в России и европейских странах показана на примерах статистических и аналитических данных. Такой подход может быть использован для того чтобы с учетом специфики пространства и места лучше понять то, как рекреационный опыт (то, что переживается лично, оставляя значимые воспоминания) проявляется в динамических отношениях между пространством и местом, поставщиком и потребителем рекреационных услуг.

**Ключевые слова:** креативность, креативная практика, рекреация, рекреационное пространство, стратегия.

### **Abstract**

Creativity influences all areas of people's life (economy, culture, everyday life). This article focuses on the creative aspects of recreation. We analyze creative strategies of the following actors - holidaymakers, suppliers and administrating authorities of recreation and tourism. We support the idea of duality of space as a conceptual approach of a combination of the structure theory and the action theory. Space can be viewed as the outcome of action, which brings social production practices. The constitution of space can be understood taking place in perception. Not only the things are perceived, but also the relations between objects.



The specific of realization of creative strategies of construction of recreational space in Russia and European countries is shown by typical examples, statistical and analytical data. Such approach can be used to discuss how space and place can give a deeper and broader understanding of how recreational experiences (something personally encountered, lived through and creating long-lasting memories) become in dynamic relations between space and place, supplier and consumer.

**Keywords:** creativity, creative practice, recreation, recreational space, strategy.

Значительные изменения в жизненных стратегиях, образе жизни, возможностях разнообразить свой досуг, повышение мобильности населения, отражающиеся на рекреационных потребностях, обуславливают необходимость в переосмыслении рекреационного пространства города как объекта социологического анализа и необходимости поиска новой методологии его изучения. Коренным противоречием образа жизни современного горожанина становится разрыв между теми возможностями, которые аккумулирует город и характером использования этих возможностей. Сам город как социокультурный феномен представляет собой единство и взаимопереход территории, социокультурного пространства, образа жизни и типа личности. Город- это совокупность техногенных, социогенных и ментальных аспектов человеческой деятельности.<sup>1</sup> В последние годы как в России, так и в Европе наблюдается рост интереса к культуре и творчеству, как факторах развития городов, в противовес экономическим факторам, а также переориентация с промышленного развития на повышение комфортности городов для жизни, расширение возможностей для самореализации горожан. Актуальным представляется вопрос о функциональном использовании городской среды с целью создания условий для личностного развития, проявления индивидуальности и творческой самореализации жителей, а также формирования оригинального культурного и экономического контекста города.

Целью данной статьи является выявление признаков и функций креативных стратегий конструирования рекреационного пространства города. Для этого мы поставили следующие задачи: выявить признаки, характерные для городов, обладающих креативными пространствами; описать сущность конструирования рекреационного пространства города и рекреационных стратегий в сфере рекреации применительно к различным акторам; выделить критерии креативности стратегий конструирования рекреационного пространства города в зависимости от этапов; рассмотреть примеры креативных практик в сфере рекреации в России и Европе с точки зрения их характерных признаков.

Среди зарубежных авторов, рассматривающих вопросы, связанные с понятием и значением креативности стоит выделить Дж. Гилфорда<sup>2</sup>, Г. Дамса<sup>3</sup>, Дж. Хокинса<sup>4</sup> и других. Отдельно необходимо отметить работы Ч. Лэндри, так как он рассматривает креативность непосредственно в рамках города. В своих исследованиях городской среды, в понятие креативности он вкладывает «способность создавать продукт, который обладает новизной, является необходимым с точки зрения потребностей общества и при этом соответствует духу времени»<sup>5</sup>.

Для России идея креативного города относительно нова, тогда как зарубежные исследователи стали использовать термин «креативный город» ещё в 1990-е годы. В России большую разработку получило такое явление как креативное пространство. А. В. Коровин<sup>6</sup> пишет, что внедрение «креативных пространств» в ткань города способно менять его облик, способствовать развитию среднего разнообразия, давать шанс на творческое развитие и самореализацию людей, превращая ранее мало презентабельные районы в центры активности. Исследователь Д. Абрамов<sup>7</sup> дает длинный список креативных пространств, среди которых он называет творческие кластеры, коворкинги, анти-кафе, культурные центры, галереи. Тем не менее, автор включает сюда также и кафе, бары, библиотеки, фото-студии, музеи, кинотеатры, хостелы и многое другое. Трудно с этим согласиться, так как креативные пространства обычно представляют собой многофункциональные площадки, которые, в свою очередь, могут включать бары, магазины, кафе, выставочные пространства и все остальное.

Как пишут К. Лэндри и Ф. Бьянкини «в процессе конкуренции между городами наукоемкие фирмы и учреждения, такие как университеты, научно-исследовательские центры и индустрия культуры приобретают новое стратегическое значение. В будущем, конкуренция между странами, городами и предприятиями, вероятно, будет основываться не столько на природных ресурсах, местоположении или сложившейся репутации, а на способности создавать привлекательные образы и символы, и эффективно их реализовывать».<sup>8</sup> Рост значения культуры в процессе преобразования городов отражается в новых сферах предпринимательской деятельности и общепринятой идее о том, что культура может стать ключевым фактором экономического развития городов.

Можно выделить два признака, характерных для городов, обладающих креативными пространствами:

1. наличие и доступность материальных факторов, обуславливающих реализацию креативного потенциала города и поощрения в нем творческих процессов;
2. организация событий-катализаторов, способных объединить жителей города, представителей различных сфер деятельности, способствуя обмену идеями и взглядами.<sup>9</sup>

Креативные пространства городских поселений – это публично доступные места города, где люди могут свободно самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать другим результаты своего творчества и коммуницировать с другими не в роли потребителя товаров или работника компании, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности. Креативное пространство дает возможности для творческой самореализации с учетом индивидуальных способностей и увлечений горожанина.<sup>10</sup> Особенностью креативных пространств является ориентация на получение уникального опыта, сопроизводство, интерактивные формы взаимодействия, развитие навыков, реализацию креативного потенциала населения.

Под рекреационным пространством мы понимаем тип социального пространства, которое формируется в результате деятельности акторов (отдыхающих и организаторов отдыха) на основе выбора тех или иных рекреационных стратегий при реализации рекреационных потребностей на определенной территории (рекреационной зоне). В результате его конструирования создаются:

1. интерпретации рекреационного пространства города,

2. стратегии рекреационной деятельности в городе,
3. формальные и неформальные нормы в процессе взаимодействия акторов в сфере рекреации.

Интерес представляет подход, в рамках которого Петрова Т.Ю. выделяет два способа конструирования социальных пространств. Во-первых, это неосознанное конструирование социального пространства. Оно возникает, когда акторы не предполагают, что своими действиями они создают новое социальное пространство. Во-вторых, это сознательное создание акторами нового социального пространства.<sup>11</sup>

Стратегия в общем смысле включает совокупность целей, и их приоритеты; технологии, обеспечивающие достижение этих целей с учетом основных рисков, существующих на пути реализации поставленных целей; комплекс целевых программ, проектов, мероприятий, которые позволяют достичь поставленные цели; совокупность ресурсов, которые необходимы для реализации стратегии.<sup>12</sup>

Рекреационная стратегия включает следующие этапы:

1. сознательное конструирование актором образа рекреационного пространства и выбор приоритетного направления деятельности;
2. определение главных целей, способов их достижения с учетом имеющихся ресурсов и основных рисков;
3. удовлетворение потребностей в ходе рекреационной деятельности;
4. создание интерпретаций рекреационного пространства, формальных и неформальных норм в процессе взаимодействия.

На основе этого определения можно выделить рекреационные стратегии применительно к различным акторам:

1. Рекреационные стратегии рекреантов- система ориентаций и мотивов, локализованных в сознании личности, трансформирующихся в устойчивую совокупность действий, выстроенных человеком в определенной последовательности для удовлетворения своих рекреационных потребностей.
2. Рекреационные стратегии организаторов рекреации- совокупность целей, ведущих к получению прибыли, комплекс технологий, проектов и мероприятий, которые позволяют достичь поставленные цели, с учетом имеющихся ресурсов и основных рисков.
3. Рекреационные стратегии органов управления рекреационной деятельностью - совокупность целей, ведущих к обеспечению развития рекреационной сферы и удовлетворению потребностей населения в рекреационных услугах на основе рационального использования ресурсного потенциала, комплекс технологий, проектов и мероприятий, которые позволяют достичь поставленные цели с учетом основных рисков.

Креативная стратегия – это совокупность целей, которые предполагается достичь нестандартным способом, с применением новых технологий, комплекс проектов, мероприятий, которые позволяют оптимальным и эффективным способом достичь поставленных целей на основе имеющихся ресурсов и с учетом основных рисков.

Критериями креативности стратегий конструирования рекреационного пространства города выступают:

1. Создание новых условий для удовлетворения рекреационных потребностей или новых способов удовлетворения рекреационных потребностей при прежних условиях;

2. Появление новых форм общения, обмена информацией новостями, настроением, опытом, культурой во время рекреации в определенном пространстве города;
3. Осознание рекреантами своей принадлежности к креативному классу или появление стремления войти в него.
4. Изменение стилей жизни (особенностей поведения, ценностей, установок) с учетом возможностей и потребностей в рекреации.

Характеризуя досуговые предпочтения современного городского населения России, обратимся к исследованию О.А. Большаковой. Она пишет: «величина свободного времени у работающей молодежи сократилась. Одновременно зафиксированы следующие положительные тенденции в использовании свободного времени: рост затрат времени на общение, учебу и самообразование, пользование Интернетом, уменьшение затрат времени на просмотр телепередач и уменьшение пассивного отдыха».<sup>13</sup> К похожим выводам приходят и другие российские исследователи.<sup>14</sup> Идет постоянный, обусловленный законом повышения потребностей человека, процесс появления новых видов отдыха.

В целом, в России, как и в других странах, отмечается тенденция изменения отношения к туризму и рекреации и их креативной составляющей. Г. Ричардс и Дж. Вильсон в своей работе выделяют три этапа развития туризма XX века: историко-культурный туризм (середина 80-х), культурный туризм (середина 90-х), современный туризм, как стиль жизни (середина 2000-х).<sup>15</sup> Каждый из них расширяет представление о том, какие ресурсы необходимы, чтобы обеспечить реализацию креативного потенциал во время отдыха или путешествия. Для развития историко-культурного туризма необходимы музеи, историко-культурные центры, памятники и т.д.; для культурного туризма важны театры, паблик-арт, городские пейзажи; для современного туризма немаловажную роль играют бутики и кафе. Интерпретация привлекательности культурного наследия изменилась с переходом от акцента на том, что можно называть «полевыми исследованиями», похожими на школьные уроки, получение новой информации, к более неформальным «поездкам с целью получения опыта», а теперь и к повсеместным событиям, праздникам, фестивалям, формирующим имидж, образ, определенный стиль жизни.

Такие перемены, в первую очередь подчеркивают переход от поиска креативности в прошлом, к настоящему. Памятники, музеи и историко-культурные центры являются достопримечательностями, в основном ориентированными на прошлое. С помощью фестивалей, праздников, культурных мероприятий, развития неформального образования историко-культурный туризм обретает новую форму, в соответствии с духом времени, ориентацией на будущую креативность.

Основной задачей организаторов рекреации становится создание креативных пространств, то есть условий для креативных, познавательных форм деятельности. Например, открытые мастерские, площадки для воркшопов, интерактивные выставки. К креативным практикам можно отнести создание музеев торговых компаний. Это позволяет привнести образовательный смысл туда, где раньше была только торговля, дать возможность интересующимся узнать что-то новое в свободное время. Особенно велика роль предпринимателей как создателей креативных пространств (клубы, образовательные центры, тематические парки, постоянно действующие фестивальные площадки и т.д.)

Таким образом, с точки зрения этапов реализации рекреационной стратегии можно выделить следующие критерии креативности:

1. На этапе сознательного конструирования актором образа рекреационного пространства и выбора приоритетного направления деятельности креативная рекреационная стратегия означает создание образа нового рекреационного пространства, новых способов рекреации;
2. На этапе определения главных целей, выбираются нестандартные способы их достижения с учетом имеющихся ресурсов и основных рисков;
3. На этапе удовлетворения потребностей рекреационная деятельность осуществляется в новом рекреационном пространстве или новыми способами;
4. Во время создания интерпретаций рекреационного пространства, а также формальных и неформальных норм реализуются креативные практики взаимодействия между акторами.

Обратимся к некоторым примерам из работ Г. Ричардса, Дж. Вилсона. Ученые описывают креативные туристические сообщества, принцип работы которых интересен с точки зрения формирования рекреационного пространства города.

«Креативный туризм Барселоны» придерживается иного подхода. Компания выступает как посредник и связывает креативных производителей в городе и людей, которые хотят интересно провести время в Барселоне. Этот подход создает платформу для того, чтобы любой желающий мог выбрать интересующий его тип креативной рекреации и затем самостоятельно связаться с организаторами.

Многие новые формы организации, подразумевают не просто пассивное участие зрителей как наблюдателей, а активное их вовлечение в процесс совместного создания события. Интересной креативной практикой является создание событий. Показателен пример Фестиваля Грасиа в Барселоне. В течение недели создается иное, креативное городское пространство, улицы полностью преображаются и украшаются. Праздник является также конкурсом на самые оригинальные украшения среди местных жителей района Грасиа. Кроме этого, в дни фестиваля проходят концерты, конкурсы, дегустации, семинары, спортивные мероприятия, парады и традиционные *castellers* (строительство человеческих башен), *correfocs* (факельное шествие), театральные представления и выставки.

Популярными в Европе являются культурные путеводители, которые дают возможность всем желающим овладеть разнообразными ремеслами, представленными в конкретном городе. Например, в Португалии «The Craft Route of the Alto Minho» объединяет большое количество ремесленников, в основном работающих на дому. Специальный сайт позволяет организовать встречу с ними. Также в туристических информационных центрах организованы демонстрация процесса, ремесленники устраивают мастерклассы по различным направлениям. Здесь важно отметить, что в эти практики вовлечены не только туристы и ремесленники, но и местные жители, которым интересны креативные формы отдыха. Таким образом, города могут не только повысить свою привлекательность для туристов, но и увеличить свой собственный креативный потенциал.

Что касается потребителей услуг рекреации, прежде всего, отметим, что в современном обществе произошли серьезные изменения в сущности потребления, факторах производства и рекреации как таковой. Людям недостаточно просто приобретать товары, они хотят развиваться и развивать свои навыки. Креативными считают себя не только те, кто креативно что-то создает, но и те, кто креативно что-то потребляет, соответствует определенному стилю жизни и потребления. Это растущее стремление к креативности связано с уменьшением времени для

креативной деятельности. Выходные и отпуск- это единственный период, когда у представителей креативного класса есть достаточно много свободного времени. Например, смысл скалолазания, пешего туризма и прочих видов спорта такого рода состоит в том, чтобы не только активно провести свободное время, но и прочувствовать атмосферу, не имеющую ничего общего с работой и повседневностью, исследовать новое для себя пространство и получить максимум переживаний через напряженное физическое усилие.

Креативную рекреацию можно определить как деятельность, которая характеризуется следующими признаками:

1. Стремление к развитию личного креативного потенциала.
2. Потребитель вовлечен в творческий процесс, что создает условия для культурного обмена и общения в рамках курсов, познавательных мероприятий.
- 3 Креативность со стороны отдыхающих, и наличие особого типа пространства. Они сами решают, что, где и когда они будут делать.
4. Сопроизводство (продукты, услуги, впечатления создаются совместно производителями и потребителями). Используются знания потребителя для того, чтобы эффективнее удовлетворять потребности в рекреации.

Появление в России новых видов деятельности, таких как флешмобы, стрит-арт или паблик-арт в формате перформанса, диктует и появление новых мобильных форм рекреационных структур. Такие мероприятия не требуют создания специальных пространств, но позволяют реализовывать потребность горожан в активности, провоцируя как запланированную, так и спонтанную коммуникацию. Появляется рекреационная среда нового типа, которая может принимать различные действия и различные группы общества, где людей всегда ждет нечто новое и неожиданное. Формирование креативных пространств для досуга и рекреации является одной из системных долгосрочных задач развития городов, способствующих социальному, культурному, экономическому развитию.

Проведенное исследование позволило выявить признаки, характерные для городов, обладающих креативными пространствами; описать сущность конструирования рекреационного пространства города и рекреационных стратегий в сфере рекреации применительно к различным акторам; выделить критерии креативности стратегий конструирования рекреационного пространства города в зависимости от этапов; рассмотреть примеры креативных практик в сфере рекреации в России и Европе с точки зрения их характерных признаков. Структурные компоненты, виды, факторы реализации креативных стратегий в сфере рекреации представляют перспективное направление дальнейших исследований.

#### Литература

1. Радионова Л.А. Город как социальная система: Курс лекций для студентов 1 курса всех форм обучения специальностей 6.030504 – «Экономика предприятий», 6.030509 – «Бухгалтерский учет и аудит». Харьков: ХНАГХ, 2008. 99 с.
2. Guilford, J.P. (1950) Creativity, *American Psychologist*, Volume 5, Issue 9, 444–454.
3. Dahms, Harry (1995). "From Creative Action to the Social Rationalization of the Economy: Joseph A. Schumpeter's Social Theory". *Sociological Theory* 13 (1): 1–13.
4. Хокинс Дж. Креативная экология – креативная среда. М., 2007.
5. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом "Классика-XXI, 2011. 399с.

6. Коровин А.В. Факторы, определяющие креативность городского пространства // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием.
7. Абрамов Д. Креативное пространство: что, как и зачем. URL: <http://www.slideshare.net/dmitryabramov9/ss-34706403> (дата обращения: 17.12.2014).
8. Landry С., Bianchini F. The creative city. Demos, 1995. Т. 12. 60 р.
9. «Креативный город». Теория и практика воссоздания постиндустриального города // Электронный журнал журнал "АСС" <http://www.accbud.ua/architecture/tekstura/-kreativnyj-gorod---teorija-i-praktika-vossozdaniija-postindustrialnogo-goroda>
10. Суховская Д. Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории // Молодой ученый. 2013. №10. С. 650-652.
11. Петрова Татьяна Юрьевна. Социальное пространство как процесс : Дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 : Н. Новгород, 2003 163 с. РГБ ОД, 61:04-22/187
12. Игнатова Т.В., Перевозкин Л.М. Стратегия социально - экономического развития малых городов: понятие, социальная сущность, принципы // Среднерусский вестник общественных наук. 2012. № 3. С. 60-65.
13. Большакова О.А. Свободное время городской работающей молодежи // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие [Электронный ресурс] : Материалы IV Очередного Всероссийского социологического конгресса / РОС, ИС РАН, АН РБ, ИСППИ. М.: РОС, 2012. 1 CD ROM. - URL: <http://www.isras.ru/files/File/congress2012/part38.pdf>. С. 5527-5534.
14. Барков Ф.А., Барбашин М.Ю., Быкадоров Ю.Г., Васьков М.А., Гвинтовкин А.Н., Колосов В.А., Крамарова Е.Н., Посухова О.Ю., Садко Д.О., Сериков А.В., Солодовник Л.В., Черноус В.В., Чуев С.В. Социологический портрет молодежи Ростовской области: коллективная монография / Ответственный редактор: д.ф.н., профессор Ю.Г. Волков . Ростов-на-Дону, 2012. 342 с.
15. Richards G., Wilson J. Tourism, creativity and development. Routledge. 2007. 323 p.

**Krzysztof Borkowski**

*PhD, University of Physical Education in Cracow*

**Jakub Borkowski**

*MA, University of Physical Education in Cracow*

## **COUCHSURFING – THE NATURE AND STUDY OF THE PHENOMENON**

### **Abstract**

In 2010, scientists at the Department of Tourist Services, a research and teaching unit at the Department of Tourism and Recreation at the Faculty of Tourism and Recreation of the University of Physical Education in Cracow, who explore the phenomena of tourism reception, carried out a pilot study of CouchSurfing. Researchers' interest was aroused by the dynamic development of this form of travel. Exploring the nature of this phenomenon, they tried to partially explain it in political, social and economic terms. The research is still going on.

**Keywords:** CouchSurfing, tourism, tourism demand, tourism supply, methodology of science, research of tourism mobility, measurement methods, tourist destination, tourism reception area (TRA), collective security of the visitors, collective security of the visited, the use of modern technologies in the anthropology of tourism.

### **Introduction**

The research was also associated with monitoring the related phenomena of reception of incoming tourism traffic in Cracow, which has been carried out since 2000<sup>1</sup> at the University of Physical Education in Cracow, and, ongoing since 2003<sup>2</sup> together with the Małopolska Tourism Organisation on behalf of the City of Cracow.<sup>3</sup>

CouchSurfing was established in 2003, when a group of enthusiasts in the United States created the organisation called CouchSurfing International, through which users can

---

<sup>1</sup>BORKOWSKI, K. *Untersuchung der Beurteilung touristischer Leistungen durch Touristen, die Polen Besuchen. Das Bild der Qualittat und Art Ihrer Übermittlung* Filozoficka fakulta Presowskej univerzity Inštitut turizmu a hotelowego manazmentu University in w Prešov – Slovakia – complete publication. In "Urbánne a krajinné štúdie NR 3" *Urbánny vývoj na rozhrani milénii*. Renè Matloviè (eds) Prešov 2000 ISBN 80-88885-80-9 pages 355-365

<sup>2</sup>In 2007, an official survey for the City Government of Cracow was carried out by IPSOS - but in 2007, the MTO Intercollegiate Team of Experts simultaneously carried out its own research, using existing tools, which were then applied by their team for further analysis in the coming years.

<sup>3</sup>Gabińska, E., Mierniczak, P., *Tourist Mobility Research methodology as an example of research in the field of interdisciplinary science - current state and prospects of development* In CONTEMPORARY SCIENCE. METHODOLOGY s. 61- 77 Jagiellonian University in Cracow, Poland ISBN: 97 8 - 83 - 60202 - 11 - 1



find free “couch” accommodations. This phenomenon had a strong impact on the existing traditional structure of the tourist flow. The undisputed founder of CouchSurfing is Casey Fenton. The idea was created in 1999, when a 27-year-old Fenton went on a long weekend to Iceland. Travel was his passion, “but he did not like to stay in hotels.”<sup>4</sup> Thus he got an idea to send 1,500 e-mails addressed to students living in Reykjavik, asking to provide him overnight accommodations. A few people replied and offered him overnight accommodations and city sightseeing. “After a grand weekend, Casey decided that he never again will use the services of travel agents.”<sup>5</sup> “He concluded that the most interesting option when one travels is staying with local residents ...”<sup>6</sup> It occurred to him that he should create something that would allow other people to try this way of travelling and exploring the world. As he was an IT and Internet consultant, with the help of co-founders Dan Hoffer, Sebastien LeTuan and Leonardo Bassani de Silveira, he created the first CouchSurfing website on 1 January 2003. A year later, it was launched worldwide. Over time, however, the site reached a critical point due to server overload. This resulted in losing 75% of all data. When it looked like this is the end of CS, CS volunteers (members who agreed to work for free to recover the data) came to the rescue and were able to recover most of the data. The current version of the website was developed in 2006. In 2010, Fenton continued to manage the organisation as the executive director, together with the co-founders of the CS. The headquarters of the organisation are located in San Francisco, while the other place of business, which is mobile and changes its location every year, was located in Costa Rica in 2009 (the current location is unknown). In 2010, CouchSurfing was a non-profit organisation with more than 2.2 million users in over 230 countries and territories worldwide. CS members offer free accommodation or favours to other CouchSurfers. Some users truly offer just a couch or a single seater/sleeper. Some of them write that the seater is in the living room, so a separate room is not an option. Others make a separate room, sometimes even part of the house, available to guests. It should be noted, however, that the organisation focuses not only on free accommodation, but also emphasises the importance of human interactions. This is reflected in the vision and mission of CS.

### **Vision**

The vision guiding SC, reads: “A world where everyone can explore and create a significant network of people and places encountered.”<sup>7</sup> According to this principle, CouchSurfing was created not only to allow free accommodation, but to build interpersonal, social and cultural relationships. CouchSurfing is an organisation that is trying to spread the idea of tolerance through its activities. All these postulates are realised through creating a global community.

---

<sup>4</sup> Source: [www.tur-info.pl/zewnetrzne2/aktualnosc\\_druk.php?druk\\_ak\\_id=25804](http://www.tur-info.pl/zewnetrzne2/aktualnosc_druk.php?druk_ak_id=25804), *Couchsurfing-a way to visit the world on the cheap*, 17/05/2007, date of access: 29/09/2010

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>*Ibid.*

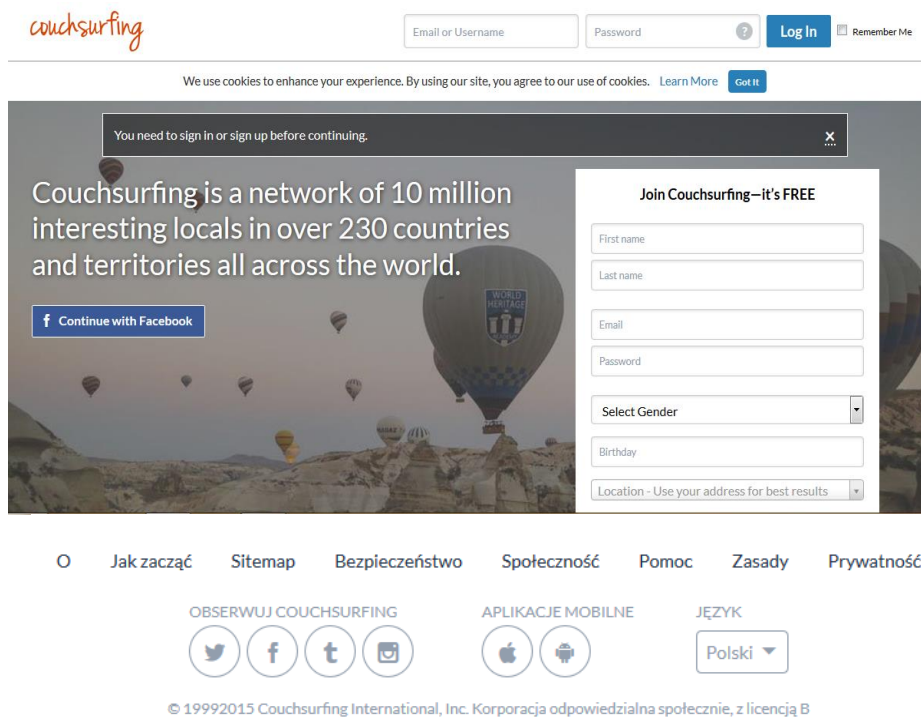
<sup>7</sup>Source: <http://www.couchsurfing.org/about.html/vision>, date of access: 20/09/2010.

**Mission**

CS mission reads: “Building Inspiring Experiences.”<sup>8</sup> World, as conceived by the members of CouchSurfing International, is a place where everyone has the opportunity to explore the different corners and create meaningful connections with the people they encounter.”<sup>9</sup> CouchSurfing allows "creating inspiring experiences" by gaining a variety of experiences. If a sufficient number of people (CouchSurfers) gain such experience, there is a possibility to create a world in which, despite the physical distance, people will bond through mutual relationships. The result will be creation of a global community living in harmony.

To be part of this community and be able to travel the world for free and to meet other people at the same time, you should join CouchSurfers. How to do it? Register on CouchSurfing website and begin initiating contacts and travelling. Information below provides details on how to sign up, and describes in detail the functioning of CouchSurfing International.

Fig. 1 Homepage © 19992015 CouchSurfing International, Inc.



Source: [https:// https://www.CouchSurfing.com/users/sign\\_in](https://www.CouchSurfing.com/users/sign_in)

<sup>8</sup>Source: <http://www.couchsurfing.org/about.html/mission>, date of access: 20/09/2010.

<sup>9</sup>*Ibid.*

### The website rules of operation

Each CS user creates a profile that contains basic personal data, such as interests and language, and posts pictures. Users also point out what they can offer to their guests: a couch, sightseeing, going out for coffee, etc. and what is expected in return. Accommodation seeker logs on, searches for potential hosts who can accommodate him or her at a given time and contacts them directly. Profiles of both hosts and guests include ratings and comments of others. Users make their own decisions whether or not to accept a guest.<sup>10</sup>

The statistics provided on CouchSurfing Homepage is the best illustration of the phenomenon:

Fig. 2. Homepage © 2016 CouchSurfing International, Inc.

Couchsurfing is a global community of **10 million people** in more than **200,000 cities** who share their life, their world, their journey. Couchsurfing connects travelers with a global network of people willing to share in profound and meaningful ways, making travel a truly social experience.



Source: <http://www.CouchSurfing.com/about/about-us/> date of access: 06/04/2016

Fig. 3. Homepage © 2016 CouchSurfing International, Inc.

Couchsurfing is a global network of over 11 million travelers, adventure seekers and lifelong learners in over 150,000 cities in every country in the world.

Our free service connects travelers across the globe who share experiences ranging from hosting one another in their homes to having a beer to becoming close friends and travel companions.

Hotels and tour companies can give you a bed or a guide, but meeting locals will make your trip truly memorable and meaningful.

Source: <http://www.CouchSurfing.com/about/press/> date of access: 2016-04-06

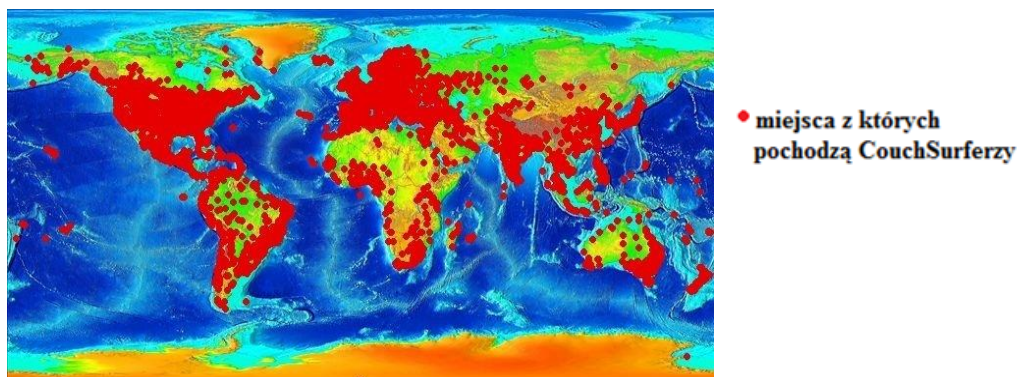
---

<sup>10</sup> } [https://pl.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing#cite\\_note-1](https://pl.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing#cite_note-1) date of access: 18/11/2015

**The method of carrying out research** of the CouchSurfing phenomenon applied by scientist at the Department of Tourist Services, a research and teaching unit at the Department of Tourism and Recreation at the Faculty of Tourism and Recreation of the University of Physical Education in Cracow, involved two basic tools: deskresearch and direct interviews with visitors to tourist fairs in Poland and ITB Berlin. Furthermore, Intercollegiate Team of Experts of the Małopolska Tourism Organization conducting regular annual surveys of Tourism Mobility in Cracow augmented the interview questionnaire for tourists visiting Cracow with CouchSurfing-related issues. Also, participants of World Youth Day 2016 in Cracow will be interviewed in the area. This type of accommodation should play a very important role especially during this MEGA event. The forecited mission of the founders of the portal can be verified.

The following map, posted on the website [www. CouchSurfing](http://www.CouchSurfing.org), shows the locations where CouchSurfers live. The map also shows the distribution of the densest residence clusters of CouchSurfers' locations worldwide.

Map 1. Location map of the registered CouchSurfing members.



Source: Research paper by Duda. The nature of CouchSurfing trips - description of the phenomenon, University of Physical Education (AWF) in Cracow, 2010, based on: [http://www.CouchSurfing.org/where\\_are\\_they.html](http://www.CouchSurfing.org/where_are_they.html), date of access: 29/09/2010

The map clearly shows that Europe and North America are the two continents the most densely covered with dots denoting CouchSurfers' residence locations. A clear conclusion is that most CouchSurfers live on these two continents. This is also confirmed by the statistical data provided on [www.CouchSurfing.com](http://www.CouchSurfing.com). These figures suggest that most CouchSurfers live in Europe and North America. More than half of all users live in Europe. North America is a home to more than 60, 000 members representing 27.3% of all CouchSurfers The least represented regions among CouchSurfer communities are the Arctic Regions (Antarctica and the Arctic). Only 89 users live in the polar regions.

Tab. 1 Regions where CouchSurfers come from

Regions	Number of CouchSurfers	Percentage
Europe	1,142,382	51.4%
North America	606,403	27.3%
South America	134,181	6.0%
Central Asia	124,013	5.6%
Oceania	78,405	3.5%
South Asia	45,692	2.1%
Africa	39,650	1.8%
Near East	33,461	1.5%
Central America and the Caribbean	10,643	0.5%
The Antarctic Region	89	0.0%

Source: Research paper by Duda. The nature of CouchSurfing trips - description of the phenomenon, University of Physical Education (AWF) in Cracow, 2010, based on:

[http://www.CouchSurfing.org/statistics.html?user\\_language=pl](http://www.CouchSurfing.org/statistics.html?user_language=pl), date of access: 29/09/2010

Another territorial unit that has been analysed is the CouchSurfer's country of residence. Table 2 presents ten countries with the highest number of CouchSurfers.

Tab. 2 The list of the ten most important countries or regions where CouchSurfers' live

Country	Number of CouchSurfers	Percentage
USA	478,947	21,5%
Germany	213,530	9,6%
France	194,075	8,7%
The UK	105,346	4,7%
Canada	102,603	4,6%
Italy	65,485	2,9%
Spain	62,291	2,8%
Australia	61,222	2,8%
Brasil	59,442	2,7%
Poland	45,286	2,0%

Source: Research paper based on: <http://www.CouchSurfing.org/statistics.html>, date of access: 29/09/2010

As shown in Table 2, the largest proportion of the CouchSurfing Communities is found in the US. Over one-fifth of CouchSurfers live in the US. This translates into 478,947 users in the US. This is probably due to the fact that it was the US where CS was founded. Among the ten countries with the largest number of CS users, Poland ranks tenth. As many as 45,286 people live in Poland, which is 2% of all CS users. As the organisation comprises 237 countries, portal developers also posted information on the languages used.

Tab. 3 The list of the 10 most frequently used languages in CouchSurfing

<b>Language</b>	<b>Number of CouchSurfers</b>	<b>Percentage</b>
English	1,651,852	49,09%
French	445,667	13,25%
Spanish	388,616	11,55%
German	366,546	10,89%
Italian	115,875	3,44%
Portuguese	113,484	3,37%
Chinese	79,839	2,37%
Russian	76,203	2,26%
Dutch	70,162	2,08%
Polish	57,001	1,70%

Source: Research paper based on: <http://www.CouchSurfing.org/statistics.html>, date of access: 29/09/2010

The most commonly used language is English. Nearly half CouchSurfers use it to communicate with others. This is not surprising as a large number of CouchSurfers live in the US. Furthermore, in the last decade, English has become the dominant language, used in contacts with foreigners. The next large group includes French- (13.3%) and Spanish-speaking (11.6%) people. The fact that the ten most frequently used languages also included Polish, was likewise important for this study. Polish is used by 1.7% of all CouchSurfers.

CouchSurfing community includes over a million women, or more than half Organisation users. Men, counting 937,099 individuals, constitute a slight minority or 42.4% of all registered users. Due to the fact that one CS profile may include more than one registered user, e.g. a couple sharing a household, data on gender has been supplemented by an entry reading "several people." This means that one can be used alternatively or simultaneously by more than one person. It turns out that more than 7% of registered profiles comprise more than one individual.<sup>11</sup> One profile (person) contained no information about the owner's gender.

Tab. 4 CouchSurfers' gender

<b>Gender</b>	<b>Number of CouchSurfers</b>	<b>Percentage</b>
Female	1,113,850	<b>50.5%</b>
Male	937,099	<b>42.4%</b>
A few people	156,721	<b>7.1%</b>
Unknown	1	<b>0.0%</b>

Source: Research paper by Duda. The nature of CouchSurfing trips - description of the phenomenon, University of Physical Education (AWF) in Cracow, 2010, based on: <http://www.CouchSurfing.org/statistics.html>, date of access: 29/09/2010

<sup>11</sup>The data on gender cannot be accurately presented, due to the fact that not all user accounts make such information available. Therefore, CS creators posted data as shown in Table 3. The term "several people" can mean either a couple or a few people of different or the same gender.

Besides gender, the website provides information about the age of registered CS members. Website users have been categorised by age groups as follows: 18 - 24, 25 – 29, 30 to 34 35 – 39, 40 – 49, 50 – 59, 60 – 69, 70 – 79 and 80 – 89 years old. As shown in the table below, the largest group of CouchSurfers numbering 887,468 individuals, consists of people ages 18 to 24. The next group of 669,322 individuals consists of people ages 25 to 29. After that, applying the above age group categories, the number of CouchSurfers drops progressively. The least numerous group includes those aged 80 to 89. This is largely due to the fact that people in this age group are less likely to use computers or the Internet and are less enthusiastic in terms of socialising. The fact that there are 381 people aged 80 to 89, testifies to the fact that CS is available to all people, regardless of gender or age.

Tab. 5 CouchSurfers' age

<b>Age range</b>	<b>Number of CouchSurfers</b>
18 - 24	<b>887,468</b>
25 - 29	<b>699,322</b>
30 - 34	<b>309,746</b>
35 - 39	<b>134,487</b>
40 - 49	<b>114,419</b>
50 - 59	<b>48,647</b>
60 - 69	<b>15,757</b>
70 - 79	<b>2,052</b>
80 - 89	<b>381</b>

Source: Research paper by Duda. The nature of CouchSurfing trips - description of the phenomenon, University of Physical Education (AWF) in Cracow, 2010, based on:

<http://www.CouchSurfing.org/statistics.html>, date of access: 29/09/2010

### Help type

Table 5 provides information included by CouchSurfers in their profiles, about forms of accommodation, help, favours (services) to other users, and information on their availability at any given time.

Tab. 6 Help/service type offered by CouchSurfers

<b>Couch or other service (help)</b>	<b>Number of CouchSurfers</b>	<b>Percentage</b>
Yes ("couch" - accommodation)	615,320	<b>27.6%</b>
Meeting for coffee or a beer	469,594	<b>21,1%</b>
Currently travelling	442,946	<b>19.9%</b>
Maybe	346,211	<b>15.5%</b>
No	275,710	<b>12.4%</b>
Definitely yes.	77,968	<b>3.5%</b>

Source: Research paper by Duda. The nature of CouchSurfing trips - description of the phenomenon, University of Physical Education (AWF) in Cracow, 2010, based on:

[http://www.CouchSurfing.org/statistics.html?default\\_language=pl&user\\_language=pl](http://www.CouchSurfing.org/statistics.html?default_language=pl&user_language=pl), date of access: 29/09/2010

As seen in Table 6, more than 615,000 people or 27.6% CouchSurfers offers a "couch" or a place to sleep. Over 21% of them can offer "meeting for coffee or a beer," and 19.9% CouchSurfers are currently travelling. In 15.5% of cases, the answer to the request for accommodation or other favour is "maybe." As many as 275,710 or over 12% of all CouchSurfers do not agree to accommodate anyone. A group of 3.5% of CouchSurfers is committed to accommodate guests or provide any favour/service or help.

### Surveys

Surveys of respondents' feedback on CouchSurfing as a new phenomenon were carried out using questionnaires where the resulting data was used to analyse the phenomenon. The English version of the questionnaire used to survey respondents is provided in the Appendix.

The pilot studies were carried out from 10 to 14 March 2010, at the International Tourism Fair in Berlin, on a group of 700 respondents. Random sampling was used to select the respondents. The survey used 1,500 forms (500 copies for each of the three languages: Polish, English and German), with only 700 forms returned for analysis. During the further selection process, 237 questionnaires were rejected due to erroneous filling in formal terms, preventing their further analysis. Following their verification, the number of questionnaires suitable for data analysis comprised 463 copies.

The questionnaire was the tool used during the research. The questionnaire consists of three parts: introduction, questions and the respondent's personal data section. The introduction provides information about the subject of the research. It also emphasises that research is anonymous and will not be used for purposes other than scientific. The second part includes 18 questions requesting information on accommodation with acquaintances/friends, companions, any gifts or forms to return the favour, the security of such types of accommodation, the knowledge of the phenomenon and the tourists' feedback about CouchSurfing. Most questions were closed-end survey questions, often with additional cafeteria-type questions or "those in which the respondent selects only those items that are closest to his feelings or well-known facts."<sup>12</sup> The second type of questions are semi-open questions, where, in addition to the cafeteria-type, the respondents can answer questions such as: resp.: other, what/which? or resp.: if so, how? The third group are open-ended questions, used for example when asking about age. The final section contains basic information about the respondent, including age, gender, education, country of origin and financial status.

### Post-pilot study comments

After the study, some comments arise in terms of the questionnaire structure. In the case of similar studies, it should be emphasised that by asking the question similar to the Question 5 (see *Appendix I*): "Were you the only one to use the accommodation?" you are not asking about sleeping in the same room or bed. The question asks whether a person travelled and used the accommodation with another person. Although most respondents understood the meaning of the questions, some answers included information that the person

---

<sup>12</sup>Sołoma L., *Methods in sociological research techniques*, Publishing House of the University of Warmia and Mazury, Olsztyn 2002, p. 165.



spent the night alone, but in the next question, the same respondent indicated he/she was travelling with another person, such as a partner. Such responses are mutually exclusive.

## Conclusion

The 2010 pilot study provided a strong foundation for research in Cracow in 2016 on a sample of 2 x 3,500 respondents in two independent measurements. An important issue of this research will be finding an answer to the question to what extent visitors to Cracow will use this form of staying at their destination. This is especially important in the conditions of increased sense of threat emanating from groups of stranger among whom are the individuals who arrive as guests and who, taking advantage of the democratic principles of the hospitality of the modern western world, carry out bloody acts of terror, which naturally increases the distrust and increased community and social hermetization against all persons unknown and foreign and leads to the return of the Latin principle *hospes hostis* meaning (Latin) – (every) stranger (is) the enemy.<sup>13</sup> Therefore, we must ask ourselves the question: Will the quote "**A stranger is just a friend I haven't met yet!**" so popular today, especially among young people, the quote that is **the foundation and spirit** of CouchSurfing, be able to defend itself and remain still valid?

## Bibliography

1. Berbeka, J., Bordako K., Klimek K., Niemczyk A., Seweryn R.: *MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Events in Cracow 2010*, Cracow: Foundation of the University of Economics in Cracow, 2010
2. BORKOWSKI, K. *Untersuchung der Beurteilung touristischer Leistungen durch Touristen, die Polen Besuchen. Das Bild der Qualittat und Art Ihrer Übermittlung* Filozoficka fakulta Presowskiej univerzity Instytut turizmu a hotelowego manazmentu University in w Prešov – Slovakia – complete publication. In "Urbánne a krajinne štúdie NR 3" *Urbánný vývoj na rozhrani milénii*. René Matlovič (eds) Prešov 2000 ISBN 80-88885-80-9
3. Borkowski, K., Grabiński, T., Seweryn, R., Wilkońska, A., Mazanek, L., Grabińska, E., Mierniczak, P. (MTO Coordinator), Wiczorkowski J. (MTO Coordinator) *Cracow Tourism Mobility in 2014*. Monograph. Triangulation Research, Cracow: Małopolska Tourism Organisation, 2014,
4. M. Duda. *The nature of CouchSurfing trips - description of the phenomenon*, University of Physical Education (AWF) in Cracow, 2010.
5. Grabińska, E., Mierniczak, P. *Methodology of Tourist Mobility Research as an example of research in the field of interdisciplinary science - current state and prospects of development*, pp. 61-75, in; *Contemporary Science Methodology*, Faculty of Management and Social Communication, Jagiellonian University, Cracow 2015
6. Sołoma L., *Methods in sociological research techniques*, Publishing House of the University of Warmia and Mazury, Olsztyn 2002. ISBN: 83-7299-202-9
7. Dictionary of Foreign Words, Part. 2 - *Sentences, Quotes, Phrases*, Europe Publishing, scientific editing by Professor Irena Kamińska-Szmaj authors: Mirosław Jarosz and team. ISBN 83-87977-08-X. Published in 2001.

---

<sup>13</sup>Quote developed based on the "Dictionary of Foreign Words, Part. 2 - Sentences, Quotes, Phrases" Europe Publishing, scientific editing by Professor Irena Kamińska-Szmaj authors: Mirosław Jarosz and team. ISBN 83-87977-08-X. Published in 2001.

Infosfera:

1. CouchSurfing in Offaly: a free of charge way of life <http://www.irishtimes.com/life-and-style/people/CouchSurfing-in-offaly-a-free-of-charge-way-of-life-1.2326872>
2. How CouchSurfing changed the way I travel  
<http://www.theglobeandmail.com/life/travel/activities-and-interests/how-CouchSurfing-changed-the-way-i-travel/article25316531/>
3. She's trying to turn CouchSurfing into a profitable business. And she's got her hands full  
<http://www.bizjournals.com/bizwomen/news/profiles-strategies/2014/10/shes-trying-to-turn-CouchSurfing-into-a-profitable.html?page=all>
4. One photographer's journey CouchSurfing 'round the world  
<http://mashable.com/2015/03/27/CouchSurfing-world-photos/#YGvNYODNC5qM>
5. A Solo Traveler's Guide to Meeting People [http://www.nytimes.com/2015/02/08/travel/meeting-people-on-the-road.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2015/02/08/travel/meeting-people-on-the-road.html?_r=1)
6. A Free Couch To Crash On In Iran  
[http://www.huffingtonpost.com/2015/01/29/iran-CouchSurfing\\_n\\_6572448.html](http://www.huffingtonpost.com/2015/01/29/iran-CouchSurfing_n_6572448.html)
7. Why You Don't Need a lot of Money to Travel  
[http://www.huffingtonpost.com/jaimee-ratliff/why-you-dont-need-a-lot-o\\_b\\_6388920.html](http://www.huffingtonpost.com/jaimee-ratliff/why-you-dont-need-a-lot-o_b_6388920.html)
8. CouchSurfing: would you sleep with a stranger?  
<http://www.telegraph.co.uk/travel/news/CouchSurfing-would-you-sleep-with-a-stranger/>
9. How CouchSurfing Plans to Take Back Its Corner of the Sharing Economy  
<http://skift.com/2014/08/14/how-CouchSurfing-plans-to-take-back-its-corner-of-the-sharing-economy/>
10. The Couchsurfer's Guide To Life  
<http://www.npr.org/sections/theprotojournalist/2014/04/05/298702395/the-couchsurfers-guide-to-life>
11. CouchSurfing your way to a free place to stay  
<http://www.usatoday.com/story/tech/columnist/talkingtech/2013/10/12/talking-tech-CouchSurfing/2959867/>
12. CouchSurfing: More than just a free bed for the night  
<http://www.independent.co.uk/student/student-life/CouchSurfing-more-than-just-a-free-bed-for-the-night-8751700.html>
13. The Next Frontier for Touring Musicians: Living Rooms?  
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/the-next-frontier-for-touring-musicians-living-rooms/265277/>
14. Rambling retirees trade homes for boats, RVs, sofas  
<http://www.reuters.com/article/us-retirement-traveling-idUSBRE8941CJ20121005>
15. Couch surfing a cave in southern Jordan  
<http://edition.cnn.com/2012/05/11/travel/petra-jordan-cave-surfing/index.html>
16. Extreme Tourism: Couch Surfing Arrives in Afghanistan  
<http://content.time.com/time/world/article/0,8599,2113634,00.html>
17. You're Welcome Couch-surfing the globe  
<http://www.newyorker.com/magazine/2012/04/16/youre-welcome>

Appendix 1

SURVEY ON COUCHSURFING ACCOMMODATIONS WITH HOST(S)/ACQUAINTANCE(S) AND/OR FRIEND(S)

We are currently conducting research about tourism mobility (traffic), focusing in particular on the location of tourists accommodations. To this end, I appreciate your providing information about your accommodations while travelling. The survey is anonymous.

We appreciate your open and honest feedback. Thank you for completing this survey!

Have you ever stayed at a host's place when travelling??

- YES  NO (proceed to Question 9)

How many times, have you stayed overnight at a host's place so far?

- once  twice  three times  more, how many times?

Please specify the location(s)

.....  
How many nights on the average did you spent at your host's place?

- one night  two nights  three nights

more, how many?.....

Were you the only one to use the accommodation?

- YES (go to Question 7)

NO, how many people were travelling with you?.....

Did you travel with:

- acquaintances  partner  family  friends

other, who?.....

Did your host suggest/expect any reciprocity for providing the accommodation?

- YES  NO

What

kind?.....

Do you reciprocate in any way (give a gift, a favour such as sharing the check for dinner, babysitting etc., or leave a small amount of money) for your host's providing the accommodation?

- YES  NO

if yes, please provide details.....

Have you ever invited your acquaintances (friends), to stay overnight at your home?

- YES  NO (proceed to Question 13) How many times?.....

Did your acquaintance(s)/friend(s) come to your place?

- YES  NO How many times?.....

Did the invited person arrive alone?

- YES (proceed to Question 13)  NO

Who accompanied the invited person?

- another person  partner  family  friends

other, who?.....

In your opinion, is this type of accommodation safe?

Host – please provide your answer here:

- YES, because?.....  NO, because?.....

Visitor(s) – please provide you answer here:

- YES, because?.....  NO, because?.....

Do you know what it CouchSurfing is?

- YES  NO (proceed to Question 16)

Provide your own definition of CouchSurfing.....

How did you learn about CouchSurfing?

- Internet  TV, radio  family

Press  other sources, which?.....

Do you belong to any CouchSurfing organisation(s)?

- YES  NO

Which organisation? (Provide the name or website).....

Have you ever stayed overnight using CouchSurfing (COUCHSURFING - free staying overnight at a person met on the Internet or through other registered Internet users)?

- YES  NO How many times?.....

In your opinion, is CouchSurfing a safe way of finding accommodations?

- YES, because?.....  NO, because?.....

PLEASE COMPLETE YOUR PROFILE:

Place of your permanent residence:

Country ..... Region (State/County/Province).....

City/Town.....

- city  town  village

		---			
--	--	-----	--	--	--

- postal code

Age:

Gender:  female  male

Education:  university

high school  elementary

other, what kind?.....

Occupation:  student (school)  university student  homemaker

unemployed  retiree  pensioner

employed (specify your current profession).....

Financial status:  independent means  salaried  retirement/pension

no means of support – supported by parents/spouse/partner  on welfare

Please provide any comments below:

.....

THANK YOU FOR COMPLETING THE SURVEY!

Respondent's name and surname: .....

Date and time of the survey: .....

---

Contact

Krzysztof Borkowski

PhD

Faculty of Tourism and Leisure

Department of Tourist Destination Services

University of Physical Education in Cracow

address: Aleja Jana Pawła II 78, 31-571 Cracow

e-mail: krzysztof.borkowski@awf.krakow.pl



**Natalia Chernobrovkina**

*Dr, associate professor, Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University, Rostov-on-Don*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ И ЗАРУБЕЖНОМ СОЦИАЛЬНОМ ЗНАНИИ**

### **THEORETICAL APPROACHES AND ACTUAL PROBLEMS IN THE STUDY OF SOCIAL CONTROL IN DOMESTIC AND FOREIGN SOCIAL KNOWLEDGE**

#### **Аннотация**

В статье исследуется теоретическая дилемма определения понятия социального контроля. С одной стороны, социальный контроль направлен на сохранение устойчивости нормативного порядка, внутреннего единства и солидарности в обществе. С другой стороны, этот социальный механизм направлен на формирование режимов доминирования одних социальных групп над другими. Однако сегодня общество формирует запрос на создание теории, реально отражающей основания, формы и механизмы социального контроля в мире. Поэтому практическая и теоретическая актуальность исследования темы социального контроля заключается в том, чтобы потребности и интересы общества относительно заявленной темы генерализировать в идеи. Для этого необходимо рассмотреть методологические подходы к определению понятия социального контроля, которые позволят очертить круг актуальных проблем в его изучении.

**Ключевые слова:** социальный контроль, интеграция и дезинтеграция, социальное управление.

#### **Abstract**

This article examines the theoretical dilemma of defining the concept of social control. On the one hand, social control is aimed at preserving the stability of the normative order, internal unity and solidarity in the society. On the other hand, this social mechanism is aimed at formation of domination modes of some certain social groups over others. Today, however, the society generates a request to create a theory, which actually reflects the reasons, forms and mechanisms of social control in the world. Therefore, the practical and theoretical relevance of investigating such a phenomena as social control is that the needs and interests of the society with regard to the stated theme have been externalized into ideas. For this purpose, it is necessary to consider methodological approaches to the definition of social control that will make it possible to outline the range of actual problems in studying it.

**Keywords:** social control, integration and disintegration, social management.

Систематизируя позиции зарубежных исследователей относительно содержательного изменения понятия социального контроля, можно выделить несколько этапов. Первый этап - конформистский поход к социальному контролю (начало – середина XX века); второй этап (начало 60-х гг. - середина 70-х гг. XX века) связан с формированием инструменталистского подхода к социальному контролю, а для третьего этапа (конец 70-х – 90-е гг. XX века) характерна конструктивистская интерпретация понятия социального контроля.

Начало формирования конформистского похода к социальному контролю связано с его концептуальным рассмотрением Э.Россом в работе «Социальный контроль: об основах порядка» (1901). Автор определил социальный контроль как «намеренное преобладание в жизни общества» и предложил различать социальный контроль и влияние, поскольку последнее может быть «ненамеренным, подсознательным и стихийным»[1]. В дальнейшем сторонники конформистского подхода к интерпретации понятия социального контроля следуют трем общим положениям.

Во-первых, социальный контроль отождествляется с нормативной стороной социальной жизни, с совокупностью социальных практик, поддерживающих нормативный порядок и побуждающих людей приспособляться к нему. Во-вторых, социальный контроль как способность индивидов к саморегулированию, возникает вследствие отсутствия у них инстинктивных контролирующих механизмов или их недостаточности. Следовательно, социальный контроль охватывает всех членов общества и осуществляется социальными институтами. В-третьих, социальный контроль осуществляется посредством социализации как процесса обучения индивидов нормативному поведению и применения санкций к нарушителям нормативного порядка[2].

Переход от широкого толкования к узкому пониманию социального контроля происходит в рамках структурно-функциональной теории в 60-е годы XX века. Прежнее толкование понятия социального контроля не устраивало ученых вследствие теоретической несостоятельности и эмпирической неверифицируемости. Представители структурно-функциональной теории уточнили контовский тезис об ограничении индивидуальной свободы действия социальными институтами. Они полагали, что если санкции против нарушителей порядка побуждают людей к конформизму, то тогда социальный контроль направлен на действия отдельных лиц с девиантным поведением. Контроль поведения законопослушных граждан является несостоятельным, поскольку их действия базируются на внутреннем самоконтроле, базирующимся на моральных нормах и ценностях. Следовательно, основное внимание сторонники структурно-функционального подхода уделяли сдерживающим механизмам социального контроля, побуждающим большинство людей отказаться от девиантного поведения, а не мотивам девиантного поведения человека.

Итак, европейские и американские ученые полагают, что социальный контроль как механизм самоорганизации и саморегуляции направлен на поддержание социального порядка и предотвращение девиантного поведения посредством формируемого в ходе социализации и добровольного согласия общества конформизма индивидов и социальных групп. Изменение содержательной наполненности понятия социального контроля осуществляется в результате перехода от широкой интерпретации понятия социального контроля к узкому, инструментальному пониманию природы социального контроля. Исходя из

допущения о нормативном согласии и стабильности в обществе, представители структурного функционализма полагали, что социальный контроль означает практику ограничения девиантного поведения индивида в виде наказания, а также вмешательство в конфликт и его регулирование в виде медиации, судебного решения, психологической помощи.

Социальные трансформации 70-80-х годов XX века побудили исследователей поставить под сомнение структурно-функциональное допущение о нормативном консенсусе и стабильности общества, а также теорию социального контроля, основанную на этом допущении. В последующих теориях внимание исследователей сместилось от механизмов контроля девиантного поведения в сторону рассмотрения условий контролирующего процесса. Теперь девиантное поведение стало рассматриваться не столько как отклоняющееся, сколько как контролируемое обществом. Соответственно, девиантное поведение стало рассматриваться с позиций социальных усилий общества и институтов по его контролю. В результате был создан и начал развиваться конструктивистский подход к изучению социального контроля, базирующийся на противоположных структурному функционализму принципах.

Если представители структурно-функциональной теории полагали, что социальный контроль – это реакция на противоправное поведение, то сторонники конструктивизма отмечают, что социальный контроль – это процессы определения девиантного поведения и реагирования на него. Следовательно, социальный контроль – это механизм органов власти, которые через правовую систему задают критерии оценки правового и противоправного поведения людей. Из допущения об отсутствии нормативного консенсуса общества (признания значимых нормативных дозволений и запретов) следует, что девиантность – это поведение, которое контролируется в обществе.

Представители конструктивистского направления в изучении социального контроля предлагают рассматривать его как переменную величину, изменяющуюся в социальном пространстве и во времени. Обращаясь к принципу обусловленности социального контроля социально-экономическим и политическим неравенством членов общества, конструктивисты стремятся преодолеть недостаток структурного функционализма – игнорирование социальных условий контролирующего процесса. Они осуществляют критику интерпретации социального контроля в рамках структурно-функционального подхода в стремлении создания нового, эвристического подхода его изучения.

Конструктивистская интерпретация понятия социального контроля внутренне противоречива. Авторы поставили под сомнение утверждение представителей структурного функционализма об интегративной роли права в современных обществах. Они полагали, что экспансия или уменьшение полномочий бюрократии, осуществляющей социальный контроль, вызвано не только уровнем преступности в обществе, но и стремлением правящей политической элиты контролировать действия населения, которые угрожают властным интересам.

Однако поиски антинормативного содержания понятия социального контроля приводят представителей конструктивизма к расширенному пониманию социального контроля. Ревизионистский подход к интерпретации понятия социального контроля лишил его аналитической строгости, что позволило применять это понятие к явлениям, выходящим за пределы предметной области традиционного изучения преступности и девиантности, Расширение границ понятия социального контроля



привело к тому, что в средствах массовой информации и в научных изданиях авторы отмечали, что различные социальные институты могут влиять на типы и стандарты поведения людей, на формирование их культуры и стилей жизни. Поэтому следствием конструктивистской перспективы изучения социального контроля стала постмодернистская установка отрицания комплексного теоретического исследования социального контроля в пользу хаотичной множественности социальных рисков и контролирующих реакций.

Теоретические подходы зарубежных авторов к социальному контролю последовательно осмыслялись в российском научном дискурсе.

В начале 70-х годов XX века социальный контроль становится предметом изучения социологов. Ранее тематика социального контроля преступности и алкоголизма исследовалась в отечественной криминологии. Поэтому в отечественной социологии утвердился и активно развивался девиантологический подход в изучении социального контроля.

Первоначально отечественные социологи переводили зарубежную литературу, посвященную социальному контролю, и знакомились с различными теоретическими подходами в его изучении. Обзоры зарубежных исследований носили преимущественно описательный характер. Осваивая конформистский и инструменталистский подходы к социальному контролю, ученые рассматривали его предельно широко как «совокупность норм, институтов и отношений, направленных на обеспечение поведения людей в соответствии с охраняемым обществом, государством, социальными группами нормами поведения, выражающими их интересы»[3].

В 80-90-е годы появляются различные российские школы, изучающие формы и методы социального контроля в России – санкт-петербургская (Я.Гилинский, И.Гурвич, И.Шестаков), московская (М.Познякова, Л.Рыбакова, Е.Цымбал), казанская (П.Кабанов, А.Салагаев, Н.Фатхуллин), тюменская (И.Грошева, С.Ольков, Э.Юзиханова), краснодарская (А.Агафонов, А.Маркин, Т.Хагуров) и др. Представителей этих школ интересует проблематика профилактики и противодействия девиантному и делинквентному поведению индивидов и групп.

Девиантологическую разработку понятия социального контроля в России осуществляет Я.И.Глинский. Он определяет социальный контроль в широком смысле как «механизм самоорганизации (саморегуляции) и самосохранения общества путем установления и поддержаний в данном обществе нормативного порядка и устранения или нейтрализации, или минимализации девиантного поведения». В узком смысле, согласно Я.И.Гилинскому, социальный контроль представляет собой «совокупность средств и методов воздействия общества на нежелательные формы девиантного поведения с целью их элиминирования или сокращения, минимизации»[4].

В настоящее время в социологии продолжает сохраняться девиантологический аспект изучения социального контроля, основанием которого выступает структурно-функциональная теория.

Параллельно с девиантологическим подходом в 70-е годы в России формируется управленческий подход к изучению социального контроля как механизма целенаправленного воздействия субъекта на объект.

Одни исследователи полагают, что теоретическими предпосылками этого подходы выступают идеи русских ученых конца XIX – начала XX века. Социальный контроль как надзорная деятельность государственных институтов рассматривались

в работах политических деятелей и мыслителей – П.А.Столыпина и П.Б.Струве. Русский общественный деятель Л.А.Тихомиров изучал проблемы социального контроля бюрократических учреждений, а также выявлял принципы и цели разумной организации управления государством в условиях монархии.

Другие ученые считали, что основанием управленческого подхода к изучению социального контроля выступают идеи европейских философов Г.Маркузе и Э.Фромма. Они считали, что функцию социального контроля осуществляет «аппарат производства и производимые им товары и услуги», заинтересованный в формировании «одномерного человека»[5], «псевдомышление» которого иллюзорно, поскольку в действительности человек «поддается влиянию внешних сил» и «хочет именно того, что ему приходится делать»[6]. Французский философ М.Фуко уточнил позиции своих коллег, акцентировав внимание на скрытый характер применения контролирующих санкций государством с целью воспитания «дисциплинарного индивида».

В зависимости от указанных выше позиций, социальный контроль рассматривался российскими учеными либо как надзорная деятельность в управлении государством с целью повышения ее эффективности, либо как манипулятивная деятельность государства, направленная на поиск новых форм и механизмов социального контроля для предотвращения угроз властным интересам.

В 70-80-х годах XX века в научной литературе социальный контроль был представлен как один из этапов управленческого процесса, суть которого – наблюдение и проверка соответствия действий объекта управленческим решениям. Социальный контроль интерпретировался как система наблюдения и проверки процесса функционирования соответствующего объекта в целях предотвращения и устранения его отклонений от заданных параметров.

Современные российские исследователи полагают, что значение термина «социальный контроль», используемый в отечественном научном дискурсе, восходит к французским корням этого слова, которые имеют несколько значений - проверка, надзор, а также управление, руководство. Этимологический анализ терминов «контроль» и «регулирование» также позволяют выделить их разнокоренное происхождение и смысловое значение: латинский корень «*regula*» означает норму, правило, критерий, а латинский корень «*contra*» - против, вопреки, наоборот. Предложенный далее авторский взгляд на генезис представлений о контроле и их исторических оснований убеждает в возможности понимания контроля как права в бинарном значении последнего.

Другие российские ученые рассматривают социальный контроль, осуществляемый государством, как вид управленческой деятельности. «Социальный контроль, - пишет Е.М.Кузнецова, - это целенаправленное управленческое воздействие субъекта социального контроля на объект с целью формирования у последнего желаемых моделей поведения, мировосприятия и нравственных ориентиров»[7]. Следовательно, функцией социального контроля является создание и поддержание социального стандартов, регулирующих общественные отношения.

Представителей управленческого подхода интересуют способы формирования контролируемой и управляемой социальной среды через заданные государством стандарты поведения и нравственные ориентиры[8]. Поэтому изучение вариативности социального контроля осуществляется через выявление закономерной

взаимосвязи между видами, формами и методами социального контроля, которые способствуют повышению эффективности государственного управления.

Подобно формированию ревизионистского подхода в рамках конструктивистского направления изучения социального контроля в западной социологии, в 70-80-х годы XX века среди российских социологов в рамках управленческого подхода также оформился критическое направление исследования манипулятивных средств социального контроля как вида управленческой деятельности.

Представитель этого направления, критикуя зарубежные концепции социального контроля, отмечают, что провозглашенный в социальном менеджменте поиск новых форм контроля якобы связанный с повышением способов эффективности управления сводится к увеличению числа средств и приемов контроля, а не созданию новых эффективных механизмов управления. Предложенные теоретические модели социального менеджмента иллюзорны, поскольку игнорируется поляризация сил. Они имеют абстрактно-социальную ориентацию – нет конфликта и противоречия. Все сводится к реформистской деятельности элиты и населения, достигающих компромисса. В качестве особенности социального менеджмента отмечают увеличение средств и приемов контроля частным бизнесом общества, а также ценностно-стоимостный подход к социальной политике.

Эту позицию разделяют многие современные исследователи. Они полагают, что социальный контроль, призванный сдерживать проявление социальных отклонений в обществе, побуждая индивида соблюдать установленные нормы, сам порождает социальные отклонения. Происходит это в результате обмана и манипуляции населения государством при помощи установленных социальных стандартов.

Таким образом, в отечественном социальном знании утвердился и активно развивался девиантологический подход в изучении социального контроля. Осваивая конформистский и инструменталистский подходы к социальному контролю, разработанные в зарубежной социологии, российские исследователи изучают его с позиций самоорганизации и саморегуляции общества, что способствует поддержанию нормативного порядка и минимизирует девиантное поведение индивидов и групп. Последующее развитие девиантологического подхода связано с поиском новых средств и методов воздействия общества на нежелательные формы девиантного поведения, которые вызваны новыми социально-политическими, экономическими и культурными социальными изменениями.

Основанием рассмотрения социального контроля в рамках управленческого подхода является механизм целенаправленного воздействия субъекта на объект. Представителей управленческого подхода интересуют способы формирования контролируемой и управляемой социальной среды через заданные государством стандарты поведения и нравственные ориентиры. Поэтому изучение вариативности социального контроля осуществляется через выявление закономерной взаимосвязи между видами, формами и методами социального контроля, которые способствуют повышению эффективности государственного управления. Критика управленческого подхода связана с подменой декларативной цели создания новых эффективных механизмов управления государством реальной - увеличением манипулятивных средств и приемов контроля частным бизнесом общества. В результате социальный

контроль, призванный сдерживать проявление социальных отклонений в обществе, побуждая индивида соблюдать установленные нормы, сам конструирует девиации.

Анализ теоретических подходов к изучению социального контроля в российском обществе позволяет сделать вывод о необходимости разработки новой концепции социального контроля, отражающей дезинтеграцию ценностно-нормативных основ социального контроля, что порождает использование в обществе неинституциональных средств, отражающих интересы девиантных слоев населения.

#### Литература

1. Ross E. A. Social Control: A Survey of Foundations of Order. N.Y. 1901. P.8
2. Чернобровкина Н.И. Теоретическое расширение понятия социального контроля: от конформизма к инструментализму // Социально-гуманитарные знания. – 2012. - № 7. – С. 48.
3. Кудрявцев В.Н. Правовое поведение: нормы и патология. М., 1982. С. 56.
4. Гишинский Я.И. Девиантология: Социология преступности, наркотизма, проституции, самоубийства и других отклонений. СПб, 2007. С. 428.
5. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: АСТ, 2003.С. 275.
6. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. – М.: АСТ, 2004. – С. 237
7. Кузнецова Е.М. Социальный контроль: сущность и методы реализации. Германия: Изд-во Lap Lamert Academic Publishing, 2012. С.13.



**Ewa Grabińska**

*Dr, Department of Management in Tourism, Jagiellonian University in Kraków*

**НАУКА И ПРАКТИКА?  
ОБУЧЕНИЕ ПОТ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ  
SCIENCE OR PRACTICE?  
POT'S TRAININGS ON THE TOURISM MARKET**

**Аннотация**

Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать деятельность НТО, с точки зрения повышения компетентности и квалификации персонала, трудоустроенного через туристическую отрасль. В статье представлены различные виды учебной деятельности, осуществляемой ПОТом и ее региональными партнерами (РТО), информация о которой дополнена описанием основных рынков и областей, к которым эти действия направлены.

Предварительные размышления касаются теоретических оснований относительно форм и видов обучения с перспективы экономики, основанной на знаниях. За этим последовали исследования с целью распознавания типов предлагаемых учебных программ в туристической деятельности. Подробному анализу подвергнута подготовительная деятельность Польской Туристической Организации в цели повышения конкурентоспособности Польши, как страны привлекающей туристов. Анализ был сделан с точки зрения других мероприятий, проводимых ПОТом, а в частности научно-исследовательской деятельности.

Информация, собранная в этой статье, иллюстрирует проблемы с которыми сталкивается туризм с точки зрения потребностей в подготовке кадров в индустрии туризма, давая представление о потенциальном пути развития.

**Ключевые слова:** политика туризма, национальные туристические организации (НТО), обучение, инновационная деятельность, повышение квалификации персонала

**Abstract**

The purpose of the study is to provide an analysis of activities of organization such as the NTO in terms of increasing the competence and qualifications of staff in tourism industry in a broad sense. The article presents the different types of training activities undertaken by the POT and its regional equivalents (ROT's). The picture was supplemented by a description of the principal markets and areas to which these activities are directed.

Preliminary issues concern theoretical assumptions with respect to forms and types of training from the perspective of the challenges of the knowledge-based economy. Subsequently, the review was made in order to identify types of training programs offered in the whole tourism industry. Training activities of the Polish Tourist Organisation for strengthening the competitive position of Poland as an attractive tourist destination were

analysed in detail. The analysis was performed from the point of view of other operations conducted by the POT, especially research and scientific activity.

The information gathered in this article illustrates the challenges that the tourism industry is facing in terms of training needs of staff, providing insight into the potential paths for further development.

**Keywords:** tourism policy, National Tourism Organizations (NTOs), training, innovative activities, staff development

## Введение

Туризм в настоящее время становится образом жизни человека, а также средством удовлетворения потребностей. Туристическая экономика играет огромную роль, а ее участие в создании валового внутреннего продукта многих стран постоянно растет, способствуя созданию новых рабочих мест. Процессы глобализации и либерализации вынуждают открытие на новые рынки, что дает большие возможности, но в то же время несет серьезные угрозы. Все субъекты, действующие в туристической отрасли, стараются увеличить число обслуживаемых клиентов, что приводит к увеличению оборота и прибыли. Таким образом, широко распространенная и растущая конкуренция заостряет функционирование рынка и все конкурируют между собой для привлечения потенциальных клиентов, то есть туристов.

На вызовы современной туристической экономики следует ответить адекватно. Возможными формами противодействия потенциальным угрозам является принятие инновационных действий, опирающихся на концепции экономики, основанной на знаниях. В настоящее время меняющаяся геополитическая ситуация, хозяйственная конъюнктура, угроза финансового кризиса и т.д. показывают насколько важны квалифицированные кадры. Это позволяет увеличить производственную мощность, эффективную работу, высокое качество продукции и услуг. Инвестиции в развитие людских ресурсов является эффективным способом для создания прочной основы для развития данного предприятия.

На туристическом рынке особое значение имеет использование результатов исследований и теории в практике. Перевод теоретических знаний на практические происходит часто посредством семинаров и учебных курсов, организованных различными субъектами и учреждениями. Повышение уровня знаний и навыков людей, трудоустроенных в индустрии туризма, является огромным вызовом для многих субъектов: корпораций, предприятий, консультационных учреждений, общественных организаций. Особенную роль здесь имеют такие учреждения, как Национальная Туристическая Организация, именуемая далее НТО (анг. *National Tourism Organization*) и ее региональные коллеги, то есть Региональные Туристические Организации, далее именуемые РТОми. Растущая заинтересованность проблематикой экономики в туризме привели к расширению обучения, играющему существенную роль в укреплении конкурентоспособной позиции данной страны на международном туристическом рынке.

Таким образом, основная цель этой статьи состоит в том, чтобы указать на роль обучения в развитии профессиональной компетентности сотрудников компаний на широко понятом туристическом рынке, с особым акцентом на значение

Национальных Туристских Организаций с точки зрения использования новых технологических возможностей и научных исследований. Активное участие организаций, таких как НТО и РТО в сфере соответствующих и адекватных подготовительных действий мероприятия по подготовке кадров во многом определяет развитие въездного туризма и тем самым укрепляет конкурентные позиции Польши как туристического направления.

### **Обучение в сфере экономики в туризме в соответствии с концепцией ЭОЗ**

**Экономика в туризме** играет важную роль в современном мире, а своей скоростью и динамизмом развития существенно влияет на многие аспекты и сферы современного мира. Туризм является важным фактором общественно-хозяйственного развития отдельных стран. Увеличивает развитие многих веток экономики, становясь одним из более важных источников **трудоустройства**. Туристическая отрасль трудоустраивает около 9% работающего населения, что в среднем в 2 раза больше трудоустроенных в экономическом секторе. Кроме того, в соответствии с ЮНВТО, каждое рабочее место в сфере туризма это дополнительные три места в других секторах экономики. Из европейской перспективы туристическая политика играет существенную роль в реализации целей в отрасли трудоустройства и роста<sup>2</sup>. Сектор туризма в ЕС составляет 5% ВВП, а занятость в нем составляет 5,2% от работоспособного населения (около 9,7 млн. человек)<sup>3</sup>. Кроме того в последние годы туристическая экономика приобретает большее значение. В период с 2000 по 2014 года Польшу посетило в общей сложности 218 миллионов иностранных туристов. В этих годах прибыль от туристов приезжающих в Польшу из-за границы увеличилась в два раза: с 5,7 млрд. долларов в 2000 году до 14,3 млрд. долларов в 2014 году. Согласно методике ВТО в туристической сфере в Польше в 2013 г. Трудоустроено было 334 тыс. человек, что составляет 2,1% от общей численности трудоустроенных людей в стране. Трудоустройство во всей польской туристической экономике составило 792,2 тыс. человек, то есть 5,1% всех трудоустроенных<sup>4</sup>.

Переходя к обсуждению роли и значению **человеческого капитала, составляющего сторону предложения туристической системы**, следует подчеркнуть, что туристические услуги имеют достаточно специфический характер. Кажется, что наибольшие трудности относительно туризма придает однозначное определение самостоятельного предмета исследований. Туристическая промышленность сложна и имеет очень широкий диапазон, а компоненты которые ее образуют во многом отличаются между собой в отношении: организации, размера или цели. Частный сектор состоит из малых, семейных фирм или международных корпораций. Для упрощения можно принять, что туристическая промышленность состоит из следующих секторов<sup>5</sup>:

1. Гостиничные услуги и всевозможные формы проживания
2. Продовольственные товары и напитки
3. Экстремальный туризм и отдых
4. Транспорт
5. Развлечения
6. Туристическая торговля
7. Мероприятия и конференции
8. Туристические услуги



Кроме типичных туристических предприятий на рынке функционируют многочисленные государственные органы и организации, участвующие в обслуживании туристического движения, а также объекты, такие как: аэропорты, порты, парки и музеи. Это разнообразие приводит к тому, что туризм является отраслью, которую тяжело охарактеризовать.

**Рынок труда, предлагаемый на рынке туристических услуг,** характеризуется специфическими признаками, такими как сезонность или невысокий уровень образования<sup>6</sup>. Существует необходимость улучшить общий уровень знаний и навыков работников туристической отрасли, чтобы уменьшить или устранить недостатки и пробелы. Ключевым фактором, влияющим на конкурентоспособность и развитие предприятия, является знание, которое при направлении в нужную сторону может быть основанием создания инновации. Одним из элементов **инновационного потенциала** являются внутренние ресурсы фирмы, в которых **человеческий капитал**<sup>7</sup> играет неопровержимую и важную роль. Правильное управление этим капиталом может повысить конкурентоспособность и инновационный потенциал.

Развитие науки, технического прогресса и доступ к информации стали причиной того, что сейчас мы живем в информационном обществе. Это информация и доступ к ней доминировали способ функционирования экономики. Концепция традиционно уменьшаемой экономики, согласно которой основанием являются материальные факторы продукции, такие как работа, капитал, земля, превращается в новую модель концепции „*Экономики Основанной на Знаниях*”<sup>8</sup> (ЭОЗ, англ. *ICT Information and Communication Technologies*). В ЭОЗ основными столбами считаются элементы интеллектуального капитала. Таким образом, экономический рост будет зависеть от людей, знаний и способа их использования. Его главной особенностью является развитие на основе нематериальных факторов производства, которыми являются знания, навыки и компетентность человеческих ресурсов, инноваций и передачи современных технологий<sup>9</sup>. ЭОЗ использует информационно-коммуникационные технологии через частный и общественный сектор с целью повышения инновационной деятельности и конкурентоспособности. Технологии создают значительную и растущую часть ценности всех товаров и услуг, а также представляют существенный катализатор организационных изменений.

В ЭОЗ о преимуществе конкурентоспособного предприятия, действующего на туристическом рынке, решать будет умение эффективного управления знаниями, которое поспособствует в развитии человеческого капитала. Характерным признаком является то, что на туристическом рынке особенное значение имеет применение научных исследований и теории в практике. Перевод теоретических знаний на практические часто происходит с помощью семинаров и тренингов. Предполагается, что качество человеческого капитала в значительной степени отражает эффективность **процесса управления знаниями**, а одним из наиболее важных инструментов поддерживающих этот процесс является **обучение работников**.

Переходя к обсуждению концепции и значению обучения, необходимо предварительно подчеркнуть, что учебные мероприятия, которые направлены на обеспечение студентов знаниями и навыками, необходимыми для их текущей работы; сущность развития - наука, которая приобретает все большее значение в долгосрочной перспективе. Эффективность влияния обучения на знания и интеллектуальный капитал работников зависит от планирования процесса обучения,

а также его оценки. Прежде всего, следует определить потребности в обучении, возникающие из-за пробела компетентности<sup>10</sup>.

Потребность в обучении возникает из-за многих существующих проблем и вызовов, происходящих на рынке туристических услуг, таких как: процесс глобализации, повышение качества услуг, установление новых моделей управления и т.д.<sup>11</sup>. Потенциальные решения это: новые технологии, программы улучшения качества, обслуживание клиента, навыки общения, вопросы безопасности и т. д.

Существует много различных методов обучения и развития, внешнее и внутреннее обучения, неформальное обучение, коучинг, наставничество, подготовительные задания, обучение навыкам, продукции, техническая подготовка, обучение бихевиорального развития, игры и упражнения, психологические тренинги, игра ролей, дистанционное обучение, которое состоит из электронного обучения, моделирования, компьютерных игр и т.д.

Обучение работников следует рассматриваться как инвестицию. Оно развивает сотрудника на пути к достижению карьерных целей, также может повысить удовлетворенность работой, а более удовлетворены работник является более продуктивным. Курсы направлены на увеличение знаний и навыков, а также на развитие менеджерских и личных навыков, повышение общественных навыков и межличностных. Также помогает так вести бизнес, благодаря чему сотрудники лучше подготовлены к ряду мероприятий, например таких как: обслуживание клиента, продажа услуги и продукта или использование новых технологических решений. Суммируя все учебные мероприятия, направленные на оказание влияния на повышение эффективности компании, тем самым укрепляя свои конкурентные позиции<sup>12</sup>. Суммируя все действия, связанные с подготовками, имеет на цели влияние рост эффективности данного предприятия, а тем самым на его укрепление конкурентоспособной позиции.

В настоящее время обращается внимание на потенциальные возможности в сотрудничестве с вузами и научно-исследовательскими единицами<sup>13</sup>. Дальнейшее развитие знаний и навыков в сфере туризма связано с использованием новых технологий, особенно дистанционного обучения, то есть электронного<sup>14</sup>. Кроме того, во многих документах подчеркивается значение и роль обучения, как ключевого фактора, улучшающего не только конкурентоспособность, но и возможность трудоустройства в туризме<sup>15</sup>.

### **Обучение на польском туристическом рынке с перспектив деятельности ПТО**

Для начала следует продемонстрировать и приблизить различные категории обучения, предлагаемые на польском туристическом рынке. Одним из ключевых факторов, определяющих развитие туризма, является профессиональный персонал, особенно работники непосредственно обслуживающие клиента, то есть туриста. Таким образом, во всех стратегических документах, касающихся развитие туризма в Польше есть пункт поддержки образования и подготовки кадров, а одной из основных задач Правительства Республики Польши в области туризма является обеспечение профессиональных кадров для потребностей туристического рынка<sup>16</sup>.

Среди государственных учреждений и местных органов власти, поддерживающих развитие туризма следует отметить такие как: Польская Туристическая Организация (ПТО), Министерство Спорта и Туризма, Региональная Туристическая Организация (РТО), Локальная Туристическая Организация (ЛТО),

комната туризма и другие отраслевые комнаты, федерации (например Польская Федерация Агротуризма "*Гостеприимная ферма*"), общества, центры земельного консалтинга и т.д. На эту классификацию совещательных учреждений накладывается разделение на субъектов, которые специализируются *строго* на поддержке туристической отрасли и учреждений, которые поддерживают инновационность предприятий всех отраслей<sup>17</sup>.

Существенное влияние на развитие туризма и конкурентоспособности польского туристического предложения имеет качество подготовки кадров для туризма, совершенствование и обучение персонала уже трудоустроенного, а также общественных кадров, которые образуют туристический рынок, поэтому существует так много проектов и программ, которые реализуются различными субъектами и на различных принципах функционирования. Например, на создание новых туристических продуктов и формирование конкурентного предложения туристических регионов и страны влияние имел проведенный в 2005 – 2008 годах большой проект обучения и консультационных услуг для туристической индустрии „*Туризм - общее дело*”, реализованный по заказу Польского Агентства Развития Предпринимательства<sup>18</sup>.

В частности ключевую роль играют проекты в области развития людских ресурсов организовываемые с помощью Польской Организации Туристической<sup>19</sup>, которая является одной из 200 действующих на свете Национальных Туристических Организаций. ПОТ имеет на цели действия в интересах рекламы и развития туризма в Польше и является ключевым инициатором и организатором многих курсов, для туристической и связанной с туризмом отраслями. Учитывая тематическую сферу организовываемых курсов, а также с точки зрения целевого профиля получателя или территориальной дальности можно выделить большое и дифференцированное предложение ПТО. Целью курсов является расширение знаний участников туристического рынка и распространение применения добрых практик и обычаев, которые направлены на усовершенствование функционирования системы управления туризмом.

ПТО не только организует стандартные и тематические курсы, такие как: „*Знание, продукция и сотрудничество - ключ к успеху*”, но и запустил платформу интернет обучения „*Польский Специалист в Туризме*”, которая обеспечивает и распространяет знания о Польше, тем самым увеличивает туристическую привлекательность Польши. Особенно важными системными подготовительными проектами в области развития рабочих кадров были курсы и конференции, организовываемые через ПТО, которые финансируются совместно с Европейским Союзом из средств Европейского Фонда Регионального Развития в рамках Программы Операционной Инновационной Экономики 2007 - 2013. Следует здесь приблизить научно - исследовательскую деятельность, осуществляемую ПТОм, который тесно связан с проектами и инициативами в области подготовки кадров.

Исследования и анализы необходимые для непрерывной проверки оснований для проведения операций в условиях быстро меняющейся экономической, культурной и коммуникационной реальности. По запросу ПТО осуществляются исследования потребителей туристических услуг и мониторинг рынков выбросов, в соответствии с которым подготовлены: Показатель Полезности Зарубежного Туризма. Важным направлением исследований было проведение работ по разработке согласованной методологии для исследования

потребителей туристических услуг на региональном и национальном уровнях. Однако средства с проекта ПТО „*Рекламируем Польшу Вместе*” позволили осуществить крупные научно-исследовательские проекты, имеющие стратегическое значение для польского эмиссионного рынка<sup>20</sup>.

Следует подчеркнуть, что ПТО тесно **сотрудничает** с местными органами власти, институтами культуры, туристической отрасли, а также **местными и региональными туристическими организациями**<sup>21</sup>. Следует отметить, что обучение касающиеся туристической информации, создания и формирования туристического продукта, туристической рекламы организуются не только через ПТО, но и региональные и местные туристические организации, а также представителей местных органов власти. Заметно тесное сотрудничество в реализации различных учебных, подготовительных проектов. Так, в 2012-2013 годах ПТО вместе с РТОм реализованы рекламные проекты, такие как: „*Нет лучше Польши*” (в сотрудничестве с польским телевидением) или кампания „*Сказочный отдых в Польше*”<sup>22</sup>. Основной, реализуемых ПТОм проектов, является накопленный в ходе многочисленных встреч и консультаций с представителями РТО опыт, индивидуальные беседы с представителями региональных и местных туристических организаций, а также дискуссионные панели.

Многие РТО принимают самостоятельные инициативы или совместные действия с ПТОм в целях создания потенциала туристических кадров. Так, например, Малопольская Организация Туристическая реализовала в последние годы много курсов. В 2013-2014 годах были осуществлены мериторические курсы для туристических гидов МСИТ. Были проведены такие курсы как: „*Психология обслуживания клиентов*” направленные на профессиональное обслуживание клиентов, самосознание, самооценку, коммуникацию, техники активного слушания, реакцию на критику, умение справиться со стрессом. Обучение проводилось в рамках проекта „*Поддержание устойчивости и развития Малопольской туристической информационной системы "МСИТ"*”. В 2012 году по заказу Министерства спорта и туризма в рамках международных программ Европейского пожилых путешественников и Калипсо предназначенных для обмена и активации пожилых людей, организован был курс обучения и семинаров „*Старшие граждане среди нас. Усовершенствование работников в сфере туризма при работе с группами пожилыми людьми*”<sup>23</sup>. В следующем, 2013 году, был проведен семинар на тему «Следами деревянного зодчества», который был организован в сотрудничестве Малопольской Туристической Организации и Малопольского Агентства Регионального Развития СА в проекте eCREATE<sup>24</sup>. Кроме того, другие региональные туристические организации в Польше активно работают над повышением квалификации в сфере туризма, и так например Дольносленская Организация Туристическая осуществляла проект „*Инвестируем в туризм - специальные курсы для работников туристической сферы*”<sup>25</sup>. Курсы организованные через ПТО и РТОы в целях сотрудничества часто адресованы к туристической индустрии, работникам это сферы и Информационным Туристические Центрам и местные и региональные туристические организации, а также других людей, вовлеченных в развитие туризма в регионах.

В 2013 году ПТО запустил первую рекламную кампанию в ключевых для польского въездного туризма из Азии, то есть в китайских, индийских и японских рамках проекта „*Я люблю Польшу*”. Из-за особенностей азиатских рынков, которые

требуют специальной подготовки польской туристической индустрии, чтобы привлечь туристов из этих стран проведена серия семинаров научно - образовательных для польской туристической индустрии – *„Как подготовиться к принятию туристов из рынков: китайского, индийского и японского”*. Реализации зарубежной кампании СМИ предшествовал проект, направленный для индустрии туризма: гостиницы, общественное питание, в основном, связанных в региональных организациях туристических, представители ассоциаций туристических гидов, рестораторов, туроператоров, туристических агентств, органов местного самоуправления. Благодаря семинаром, польская сфера туризма и государственное управление могут получить нужные знания, необходимые для создания предложения, которое отвечает ожиданиям туристов. Тренинги включали в себя: визовые процедуры, обслуживание групп и специфику азиатского рынка, культурные различия, передовой опыт в сотрудничестве с туроператором. После тренинга индивидуальные лица и группы, не принимавшие участие, получили материалы, а также руководства для туроператоров. Публикации появились в трех языковых версиях: стандартной мандаринской (путунхуа), японской и английской для туристов из Индии<sup>26</sup>.

В 2015 году ПТО, вместе со своими ближайшими партнерами - РТОми начал серию из 16 учебных курсов и семинаров *„Знания, продукт и сотрудничество - ключ к успеху”*, (по одному в каждой области), в целях укрепления трехуровневой системы управления туризмом ПТО-РТО-ЛТО. Активную роль рядом с ПТО выполняют также представители региональных и местных туристических организаций, органы местного самоуправления, руководители сертифицированных туристических продуктов, представители высших учебных заведений с туристическими направлениями, представители информации туристической. Ключевым элементом являются дебаты с участием представителей учреждений, которые занимаются созданием продукта, его коммерциализацией, а также рекламой на региональном и местном уровне. Целью этого проекта является предоставление профессиональной поддержки для ПТОв, РТОв, единиц территориального самоуправления, туристической отрасли, которая создает и продает, туристические продукты, в сфере регионального сотрудничества, туристической рекламы и профессионализации туристических продуктов с новыми зарубежными трендами. Проект представляет попытку создания форум к действиям в рамках публично-частного партнерства, то есть другими словами платформы к существенной дискуссии, касающейся управления туризмом в отдельных регионах, с учетом потребностей всех заинтересованных сторон<sup>27</sup>.

ПТО совместно с фирмами Ecorys Polska и Inspiros Consulting Group организовали **цикл общепольских маркетинговых курсов**, благодаря которому можно было получить практические знания из области самых популярных рекламных инструментов и связей с общественностью. Курс складывался с таких элементов как: электронный маркетинг, связь со СМИ, сотрудничество с рекламными агентствами, маркетинговые исследования в туризме, создания информационной туристической системы в гмине и регионе, возможности получения региону инвестиций, влияющих на увеличение их туристической привлекательности<sup>28</sup>.

Циклическим событием, организовываемым ПТОм, также является *„День Эксперта”*, посвященный единицам территориального самоуправления, туристическим предпринимателям, региональным и местным туристическим

организациям и другим субъектам, которые заинтересованы на профессионализации и развитии этой отрасли туризма<sup>29</sup>.

При обсуждении учебной деятельности ПТО следует подчеркнуть важность проектов обучения, действующих на основе использования новых технологий. Инновационным способом реализации подготовок является внедрения **платформ электронного обучения** - новый тип интерактивного продукта, который может определять новые стандарты в отрасли образования<sup>30</sup>. В 2011 году запущена в действие „Обучающая Интернет Платформа Польской Туристической Организации”. Передача знаний осуществляется в рамках проекта „Продвигаем Польшу вместе”, в соответствии с осью приоритета 6.3 оперативной программы „Инновационная экономика”, которая направлена на поддержку и укрепление рекламной деятельности Польши. Целью обучающей интернет платформы ([www.specialist.poland.travel](http://www.specialist.poland.travel)) является комплексный перевод широкой группе получателей<sup>31</sup> знаний на тему Польши, а тем самым реализация рекламных действий. Следовательно платформа выполняет информационную и рекламную функции<sup>32</sup>, а также обучающую<sup>33</sup>. Как правило, обучающий "отечественный блок" ([www.pot.gov.pl/szkoleniamarketingowe](http://www.pot.gov.pl/szkoleniamarketingowe)) направлен на клиентов на внутреннем рынке<sup>34</sup>, в то время как „заграничный блок” ([www.specialist.poland.travel](http://www.specialist.poland.travel)) - адресован ко всем получателям – это носит информационно – рекламный и научный характер<sup>35</sup>. Платформа демонстрирует и верифицирует знания на базе метода самостоятельного обучения, а к ее преимуществам относятся скорость, мультимедиаальность, легкость в обслуживании, что делает ее современным и комплексный инструментом. Дополняя описание учебных проектов, следует отметить такую инициативу как *учебные центры онлайн*, опубликованные ПТОм, действующего на рынке Бенилюкса<sup>36</sup>.

## Заключение

В настоящее время туристическая промышленность работает в условиях конкуренции, которая постоянно увеличивается. Специфика туристической отрасли влечет за собой то, что предпринимателям трудно получить преимущество на рынке, опираясь только на собственную креативность и инновационность. Многие государственные структуры и руководящие органы, наблюдая важность этого сектора стремятся усилить его. Туристические предприятия не только функционируют в рамках географическо-региональной обусловленности, но и зависят от них. Сообщество интересов отдельных субъектов туристического рынка влечет то, что они предрасположены к сотрудничеству и принятию поддержки учреждений, таких как НТО, а также ее региональных и местных соответствий.

Одним из наиболее важных факторов, влияющих на конкурентоспособность и развитие компании, являются знания, которые при правильно ориентировании являются основой для инноваций. Важным элементом ГОВ является введение предприятиями инноваций и передачи знаний научно-исследовательского сектора экономике. Главная цель данного исследования состояла в том, чтобы показать важность развития знаний и навыков сотрудников, формулирующих основу нововведения туристических предприятий, в частности, путем представления различных видов обучения, предлагаемых на польском рынке туристических услуг. Стратегии повышения квалификации в туристической сфере показывает тенденцию к более целостным решением на основе партнерства. Они выходят за рамки обучения в традиционном смысле образования, сочетая обучение и практические элементы

опыта. Образовательное предложение разных учреждений, связанных с туристической отраслью, особенно ПТО и его региональными аналогами, позволяет компаниям получить эффективные инструменты для работы и значительно увеличивать их потенциал для инноваций в целях удовлетворения текущих и будущих задач рынка.

Возможно, ответы на будущие потребности рынка, будут связаны с использованием новых технологий. В этих ожиданиях прекрасно вписываются платформы электронного обучения. Виртуально - образовательные услуги начали Австрия, Мальта и Швейцария, также стоит подчеркнуть тот факт, что в Польше с 2011 года функционирует Обучающая Интернет Платформа ПТО.

В XXI веке, мир стоит на грани технологического развития, а его влияние на туризм трудно оценить, трудность состоит в том, чтобы предсказать его воздействие на развитие экономики. Таким образом, трансформация и адаптация к этим изменениям должны происходить как в компаниях, так и в способе образования и науки на различных уровнях: академическом, научно-исследовательском. Следует разработать новую модель сотрудничества между учеными, предпринимателями и другими лицами, ответственными за содействие развитию туризма. Особая ответственность будет возложена на лица, принадлежащие к трехуровневой структуре (ПТО-РТО-ЛТО), а ключевую роль в поддержке туристической отрасли через активную деятельность в интересах подготовительных проектов будет играть Национальная Туристическая Организация.

#### Литература

1. *Руководство по туристической карьере, образованию и обучении в странах Карибского бассейна*, Карибская Туристическая Организация 1999.  
<http://www.onecaribbean.org/content/files/CTOGuidetourismcareersmanual.pdf>
2. *Годовой отчет по туризму 2013 Польша*, Европейская комиссия, 2013 Брюссель.
3. Кхо М., Канг С. К., *Прошлое, настоящее и будущее образования в туризме*, Журнал о преподавании в путешествии и туризме, Том 5, выпуск 3, 2005.
4. *Действия в годах 2012 - 2015*, ПТО.  
[http://pdf.polska.travel/POT\\_Dzialania\\_w\\_latach\\_20122015.pdf](http://pdf.polska.travel/POT_Dzialania_w_latach_20122015.pdf)
5. *Экономика от А до Я. Подручная энциклопедия*, под ред. С. Штаба, Издательство Академическое и Профессиональное, Варшава 2007.
6. *Обучение персонала стоит инвестиций*  
<https://www.go2hr.ca/articles/employeetrainingworthinvestment>.
7. Хук К., *Рост значения человека в экономике, основанной на знаниях от управления человеческими запасами к управлению человеческим капиталом*, в: *Общественные неравенности и экономический рост*, № 35, Университет Жешувский, Жешув 2013.
8. *"Как подготовиться к принятию туристов из рынков: Китая, Индии и Японии"*. Публикация подготовительная, ПТО 2014.  
<http://szkolenialubiepolske.pot.gov.pl/images/publikacja.pdf~~dobj>.
9. *Непрерывное образование и его роль в профессиональном развитии человека*, издательство Регионального бюро труда, Кельце, 2011.
10. Листван Т., *Развитие исследований в области управления человеческими ресурсами в Польше [в] Достижения и перспективы науки управления*, под ред. С. Лахевич, Б. Ногальский, В. Клювер, Варшава 2010.
11. Маклорен Д., *Туристическое образование в Канаде*, Журнал о преподавании в путешествии и туризме, Том 5, Выпуск 12, 2005.
12. М. Мигдал, *Руководство сотрудничества ДСТ - туристического сектора НПО*, Щецин 2015.

- [http://www.forumturystyki.pl/wpcontent/uploads/2015/12/PORADNIK\\_wspolpraca\\_JST\\_NGO\\_sektora\\_turystyki\\_ZROT\\_FTR.pdf](http://www.forumturystyki.pl/wpcontent/uploads/2015/12/PORADNIK_wspolpraca_JST_NGO_sektora_turystyki_ZROT_FTR.pdf)
13. Нисхитха П., Роа Н., *Важность обучения и развития программ в гостиничной индустрии* <http://www.ijbarr.com/downloads/310520147.pdf>
14. Польша. ОЭСР *Туристические тенденции и политика 2014* ОЭСР 2014 <http://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-2014.htm>
15. *Доклад о состоянии туризма в 2007-2011 годах*, Документ утвержден Советом министров, Варшава, февраль 2013 г. [https://www.google.pl/?gws\\_rd=ssl#q=Raport+o+stanie+gospodarki+turystycznej+w+latach+2007+2011%2C+Dokument+przyjęty+przez+Radę+Ministrów%2C+Warszawa](https://www.google.pl/?gws_rd=ssl#q=Raport+o+stanie+gospodarki+turystycznej+w+latach+2007+2011%2C+Dokument+przyjęty+przez+Radę+Ministrów%2C+Warszawa)
16. Северин Р., *Вклад туризма в создание рабочих мест в Польше, на примере некоторых стран Европейского Союза после 1989 года, Социальное неравенство и экономический рост экономики*, № 41, Университет Жешувский, Жешув 2015.
17. *Туризм и занятость - Совершенствование системы подготовки в целях повышения квалификации в индустрии туризма*, Заключительный отчет Рабочей группы В, Заключение Совета от 21/06/99, Европейская комиссия июня 2001 [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/working\\_groups/finalreportb\\_june2001\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/working_groups/finalreportb_june2001_en.pdf)
18. *Высокий туризм, 2015* издание, ЮНВТО <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. (Дата скачивания 02.01.2016 г.)
19. Зонтек З. *Роль консультирования в развитии инноваций в сфере туризма, вопросы управления*, т. 11, № 3 (43), Варшавский университет Факультет менеджмента 2013 год.

#### Законы и декреты

Закон от 25 июня 1999 года на Польской Туристической Организации. (1999 § 62, р.689 с поправками).

#### Интернет литература

[www.inwestujemywturystyce.pl](http://www.inwestujemywturystyce.pl)  
[www.mot.krakow.pl/szkoleniakonferencje.html](http://www.mot.krakow.pl/szkoleniakonferencje.html)  
[inspiros.pl/szkoleniamarketingowepolskiejorganizacjiturystycznej](http://inspiros.pl/szkoleniamarketingowepolskiejorganizacjiturystycznej)  
[www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl)

1 кандидат наук Ева Грабиньска Кафедра Управления в туризме, Факультет управления и социальной коммуникаций, Ягеллонский университет в Кракове; Адрес: ул. проф. Станислава Лоясевича 4, Краков 30-348, электронная почта: e.grabinska@uj.edu.pl.

2 В 2014 г. в рамках международного туризма число въездов во всем мире составил 1 133 млн человек, из чего в Европу приехало 583,6 млн человек. В то время как по оценкам ЮНВТО в 2014 году доходы от иностранного туризма (определяется как доходы, полученные в странах принимающих через туристов международных в отношении расходов, понесенных на проживание, питание, местный транспорт, развлечения, покупки, и другие товары и услуги) составило 1 245 млрд долларов. *Высокий туризм, 2015* издательство ЮНВТО. <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. (Дата загрузки 02.01.2016 г.)

3 Если принять во внимание тесные связи туризма с другими секторами экономики, то эти цифры еще выше (более 10% от ВВП и, по меньшей мере, 12% от общего числа сотрудников, что составляет 13 млн работников)

[http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/pl/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.6.13.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/pl/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.6.13.html)

4 Северин Р., *Вклад туризма в создание рабочих мест в Польше на примере некоторых стран Европейского Союза после 1989 года, Социальное неравенство и экономический рост*, № 41, Университет Жешувский, Жешув 2015, стр. 390-400.



5 Руководство по туристической карьере, образовании и обучении в странах Карибского бассейна, Карибская Туристическая Организация 1999.

<http://www.onecaribbean.org/content/files/CTOGuidetourismcareersmanual.pdf>, стр. 18 (дата загрузки 13.01.2016 г.)

6 Конечно, существуют различия в зависимости от анализируемых секторов, или из-за географического положения, при разделении на страны или регионы.

7 Не существует единого общего для всех специалистов определения человеческого капитала. Чаще всего это трактуется как совокупность знаний, навыков, физической силы, здоровья и мотивации для их продуктивного использования, собранных человеком, в основном в результате образования. Экономика от А до Я. Подручная энциклопедия, под ред. С. Штаба, Издательство Академическое и Профессиональное, Варшава 2007, стр. 196.

8 В литературе читаем, что «экономика основанная на знаниях зависит от генерации, усвоения, передачи и использования знаний в экономических и социальных целях. Особое значение имеют организации и сотрудники там работающие, став работниками умственного труда».

9 Хук К., Рост значения человека в экономике, основанной на знаниях от управления человеческими запасами к управлению человеческим капиталом, в: *Общественные неравенства и экономический рост*, № 35, Университет Жешувский, Жешув 2013, стр. 215-225.

10 Это требует включения в определение потребностей обучения всех сотрудников, что подразумевает руководителей высшего звена, руководителей среднего звена, менеджеров по обучению и использованию всех имеющихся источников знаний о возможной нехватки компетенции, в том числе результатов промежуточной оценки работы, информация об изменениях, происходящих на национальном и международном рынках.

11 Нисхитха П., Роа Н., Важность обучения и развития программ в гостиничной индустрии, ISSN 2348-0653. <http://www.ijbart.com/downloads/310520147.pdf> (дата загрузки 01.02.2016 г.)

12 Обучение персонала инвестициям,

<https://www.go2hr.ca/articles/employeetrainingworthinvestment>. (Дата загрузки 15.2.2016 г.)

13 Маклорен Д., Туристическое образование в Канаде, Журнал о преподавании в путешествии и туризме, Том 5, Выпуск 12, 2005, стр 1-25.

14 Кхо М., Канг С. К., Прошлое, настоящее и будущее образования в туризме, Журнал о преподавании в путешествии и туризме, Том 5, выпуск 3, 2005, стр. 225-250.

15 Сообщение Комиссии "Расширение возможностей занятости в сфере туризма" (СОМ (99) 205 окончательная версия. 28.04.99.), был рассмотрен вопрос о "квалификационное повышение кадров в сфере туризма" в качестве ключевого фактора, как в целях повышения конкурентоспособности и занятости в туризме. Тем не менее, Совет Министров от 21 июня 1999 года (С / 99/201 06/21/99 Люксембург), в своих выводах, напомнил о важности более эффективной интеграции потребностей туристического сектора с другими направлениями политических сообществ и призвал Комиссию и другие государства участники сотрудничать в четырех приоритетных вопросах, среди которых находится проблема «Улучшение образования с целью повышения квалификации в сфере туризма». Туризм и занятость - Совершенствование системы подготовки в целях повышения квалификации в индустрии туризма, Заключительный отчет Рабочей группы В, Заключение Совета от 06/21/99, Европейская комиссия июня 2001 года.

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/working\\_groups/finalreportb\\_june2001\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/working_groups/finalreportb_june2001_en.pdf) (дата загрузки 15.02.2016 г.)

16 В 2007-2011 годах Министерство Образования приступило к работе по модернизации профессионального образования, направленного на повышение качества и эффективности, а также увеличения его привлекательности с помощью системы объединения профессионального образования с рынком труда и повысить доступность и гибкость профессиональной подготовки и систему подтверждения квалификации. В рамках мониторинга образовательного рынка и потребностей подготовки кадров для туризма было

проведено в 2007 и 2010 годах исследование «Судьба выпускников средних школ и университетов, работающих в сфере туризма».

Доклад о состоянии туризма в 2007-2011 годах, Документ утвержден Советом министров, Варшава, февраль 2013 года.

[https://www.google.pl/?gws\\_rd=ssl#q=Raport+o+stanie+gospodarki+turystycznej+w+latach+2007+01%2C+Dokument+przyjęty+przez+Radę+Ministrów%2C+Warszawa](https://www.google.pl/?gws_rd=ssl#q=Raport+o+stanie+gospodarki+turystycznej+w+latach+2007+01%2C+Dokument+przyjęty+przez+Radę+Ministrów%2C+Warszawa). стр.2425 (дата загрузки 20.02.2016 г.)

17 Зонтек З. Роль консультирования в развитии инноваций в сфере туризма, вопросы управления, т. 11, № 3 (43), Варшавский университет Факультет менеджмента 2013 год, стр. 110.

18 Проект финансируется средствами ЕС в рамках Европейского социального фонда. Цель трех этапов проекта заключалась в повышении конкурентоспособности туристического сектора, за счет повышения квалификаций людей, задействованных в сфере туризма, содействующих развитию туристических продуктов и привлечение партнеров по сотрудничеству в регионе, модернизация туристического предложения и расширение возможностей для дальнейшего развития отрасли. Последующие выпуски проекта - *Программы подготовки кадров для развития туристических продуктов* произошли в разных регионах. Проект был направлен на предпринимателей, представителей органов местного самоуправления и организаций, поддерживающих развитие туризма. Доклад о состоянии туризма в 2007-2011 годах, Документ утвержден Советом министров, Варшава, февраль 2013 г., с.27.

19 В Польше в 1.01.2000 г. создана Польская туристическая организация (Закон от 25 июня 1999 г. Польская Туристическая Организация. Д. 3. 1999 № 62, п. 689 с поправками) привела к трансформации всей системы управления и продвижению туризма. В целях повышения эффективности управления туризма в Польше были разделены дела туристической политики государства от дел туристической рекламы. И так, теперь политическо - стратегические стратегии осуществляются министром спорта и туризма, в то время как оперативные функции, то есть продвижение польского туризма в стране и за рубежом ответственность несет ПТО и его региональных и местных партнеров составляющие трехуровневую структуру туристического продвижения.

М. Мигдал, Руководство сотрудничества ДСТ - туристического сектора НПО, Щецин 2015. [http://www.forumturystyki.pl/wpcontent/uploads/2015/12/PORADNIK\\_wspolpraca\\_JST\\_NGO\\_sektora\\_turystyki\\_ZROT\\_FTR.pdf](http://www.forumturystyki.pl/wpcontent/uploads/2015/12/PORADNIK_wspolpraca_JST_NGO_sektora_turystyki_ZROT_FTR.pdf)

20 Доклад о состоянии туризма в 2007-2011 годах, Документ утвержден Советом министров, Варшава, февраль 2013 г., стр. 22-24.

[https://www.google.pl/?gws\\_rd=ssl#q=Raport+o+stanie+gospodarki+turystycznej+w+latach+2007+2011%2C+Dokument+przyjęty+przez+Radę+Ministrów%2C+Warszawa](https://www.google.pl/?gws_rd=ssl#q=Raport+o+stanie+gospodarki+turystycznej+w+latach+2007+2011%2C+Dokument+przyjęty+przez+Radę+Ministrów%2C+Warszawa)

21 ПТО и ЛТО обеспечивают форум для сотрудничества между местными органами власти, профессиональными торговыми организациями и предприятиями, работающими в сфере туризма. Их задача состоит в том, чтобы координировать рекламные мероприятия в области или районе для создания привлекательного имиджа региона и стимулирование при создании и развитии туристических продуктов.

22 Действия в годах 2012 - 2015, ПТО, стр.30

[http://pdf.polska.travel/POT\\_Dzialania\\_w\\_latach\\_20122015.pdf](http://pdf.polska.travel/POT_Dzialania_w_latach_20122015.pdf) (дата загрузки 05.02.2016 г.).

23 Во время 4-х сессий были обсуждены тенденции в мировом туризме пожилых людей, характеристики мобильности пожилых людей на туристическом рынке, туристическая инфраструктура и специфика услуги пожилых людей. Обучение заканчивается семинаром посвященным вопросам коммуникации со старшим людьми.

24 <http://www.mot.krakow.pl/szkoleniakonferencje.html> (дата загрузки 20.02.2016 г.)

25 [www.inwestujemywturystyce.pl](http://www.inwestujemywturystyce.pl) (дата загрузки 20.02.2016 г.)

26 "Как подготовиться к принятию туристов из рынков: Китая, Индии и Японии." Публикация подготовительная, ПТО 2014.

<http://szkolenialubiepolske.pot.gov.pl/images/publikacja.pdf>. (дата загрузки 18.02.2016 г.).

27 Действия в годах 2012 - 2015, ПТО, стр.34.

[http://pdf.polska.travel/POT\\_Dzialania\\_w\\_latach\\_20122015.pdf](http://pdf.polska.travel/POT_Dzialania_w_latach_20122015.pdf) (дата загрузки 05.02.2016 г.).

28 Во время проекта было организовано и проведено 48 двухдневных региональный тренингов по 3 в каждой из 16 областей, по 24 тренинга в 2012 году и 2013 годах. Цель состояла в том, чтобы в практике обеспечить: способность создавать основную стратегию общения, самообслуживание организации в связи со СМИ и углубить свое понимание в: маркетинге туризма, создание бренда, рекламных коммуникаций и т. д.

<http://inspiros.pl/szkoleniamarketingowepolskiejorganizacjiturystycznej/> (дата загрузки 24.02.2016 г.)

29 Примером может стать День Эксперта "*Как получить клиента в агротуризме*", который проходил во время выставки сельского туризма и агротуризма AGROTRAVEL 2015 в Кельцах. Другим примером может быть День Эксперта ПТО посвященный отельером и тестовраторам , который состоялся 12 февраля 2016 года на выставке TOUR SALON в Познани.

<http://www.pot.gov.pl/nawosci/1/wiadososci/wiadososcizpot/dzienekspersckipolskiejorganizacjiturystycznej>. (дата загрузки 20.02.2016 г.)

30 В последние годы большую популярность приобрел новый вид образования - дистанционное обучение, также известный как электронное обучение. Оно позволяет учиться в любое время, в любом месте и темпе, с использованием современных информационных технологий. Это позволяет завершить курс, обучение, не присутствуя физически в аудитории. Среди основных преимуществ электронного обучения являются: экономия времени и денег, отсутствие дезорганизации работы, постоянный мониторинг результатов обучения, любое число стажеров, постоянное совершенствование учебной программы. Непрерывное образование и его роль в развитии профессионального человека, Издательство Областная Биржа Труда, Кельце 2011, стр. 79-80.

31 Направленная на зарубежных туроператоров, туристических агентов и агентства, которые предлагают выезды на территорию Польши или заинтересованы этим предложением

32 Имеет широкий спектр материалов (видео, фотографии, карты, презентации, анимации, звуки и музыка).

33 Каждый курс включает в себя информационные элементы (знания о памятниках, городах, регионах), практические (интерактивные упражнения) и тестовые (такие вопросы, как правда / ложь, или выбрать правильный ответ). Каждый пользователь получает сертификат ПТО.

34 Интересный элемент платформы, адресован только отечественным потребителям, доступ к обучению в маркетинге, который является дополнением к принятию в Польше, региональной маркетинговой подготовки.

35 Доступно на четырех языках (польском, английском, немецком, французском).

36 Электронное обучения полностью посвящено Кракова и нацелено на подготовку агентов с наиболее доступным в каталогах бельгийских и голландских туроператоров, которые предлагают город как достопримечательность. Сценарий обучения построен на истории реальных людей - бельгийских и голландских, которые приезжают в Краков, чтобы посмотреть город.

[http://www.pot.gov.pl/nawosci/1/wiadososci/wiadososcizosrodkowzagranicznych/e\\_learningdla-belgijskiejiholenderskiejbranzynatematkrowa](http://www.pot.gov.pl/nawosci/1/wiadososci/wiadososcizosrodkowzagranicznych/e_learningdla-belgijskiejiholenderskiejbranzynatematkrowa). (дата загрузки 12.02.2016 г.).

**Anna Kaczmarska**

*Dr, Faculty of Humanities and Social, University of Occupational Safety Management in Katowice*

## **NEGATYWNE ASPEKTY ROZWOJU TURYSTYKI MASOWEJ IMPULSEM DO WZROSTU ZAINTERESOWANIA OFERTĄ AGROTURYSTYCZNĄ**

### **THE NEGATIVE ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF MASS TOURISM IMPETUS TO THE GROWTH OF INTEREST IN THE OFFER AGROTOURISM**

#### **Streszczenie**

Turystyka stanowi jedną z dynamiczniej rozwijających się gałęzi gospodarki we współczesnym świecie, będąc ważnym element wzrostu i rozwoju gospodarczego lokalnych społeczności i całych gospodarek.

Przedmiotem opracowania jest wskazanie, iż postępujący ruch turystyczny, tworzony na masową skalę przynosi różnorodne konsekwencje. Na wielu obszarach destynacji turystycznej oraz u masowego odbiorcy coraz częściej zaczynają dominować dysfunkcje płynące z uprawiania turystyki. Współczesną alternatywą mogą stać się realizowane formy turystyki tzw. miękkiej, przynoszące więcej korzyści niż strat, ale które wymagają znacznego zaangażowania w proces turystyczny samego uczestnika podróży. Mniej wymagającą od turysty formą jest agroturystyka, która przynosi liczne korzyści zarówno dla agro-oferenta jak i agroturysty. Istnieje szansa, że to właśnie agroturystyka będzie się szybciej rozwijała w nadchodzących latach niż inne formy turystyki.

**Słowa kluczowe:** turystyka masowa, dysfunkcje rozwoju turystyki, turystyka miękka, turystyka odpowiedzialna, agroturystyka.

#### **Abstract**

Tourism is one of the most dynamically developing industries in the world today, being an important element of economic growth and development of local communities and entire economies.

The study is an indication that the progressive tourist traffic, created on a massive scale brings a variety of consequences. In many areas, a tourist destination and at a mass audience increasingly begin to dominate dysfunction coming from tourism. Contemporary alternative can become realized forms of tourism so soft, bringing more benefits than losses, but which require a significant involvement in the tourist same participant travel. Less demanding of tourists is a form of tourism that brings numerous benefits for both agro bidder and agro tourist. There is a chance that it is tourism will grow faster in coming years than other forms of tourism.

**Keywords:** mass tourism, dysfunctions of tourism development, tourism soft, responsible tourism, agrotourism.

## Wstęp

Gospodarka turystyczna w skali światowej stała się obiektywnym fenomenem rozwiniętych i rozwijających się społeczeństw. Wzrost uczestnictwa w turystyce jest nieuchronny dla bogatych krajów i jednocześnie stanowi szansę dla państw, regionów i lokalnych, biedniejszych społeczności. Dynamika rozwoju turystyki wywołuje wiele problemów natury między innymi: społecznej, ekonomicznej i przestrzennej zarówno w skali światowej, jak i poszczególnych krajów (Gołembski 2006, s. 7).

Celem opracowania jest ukazanie masowości w rozwoju turystyki i zaznaczenie jej negatywnych konsekwencji. Należy mieć świadomość, iż turystyka to nie tylko dobrodziejstwo, które można wykorzystywać bez granic, ale również zjawisko, które niesie ze sobą liczne negatywne konsekwencje i zagrożenia. Zmiany współczesnego świata nie są obojętne na branżę turystyczną i automatycznie wskazują inne, bardziej bezpieczne kierunki jej rozwoju.

Wydaje się, że nasilające się skutki uprawiania masowej turystyki powinny kierować współczesnych turystów w stronę rozwoju tzw. miękkiej turystyki - ekoturystyki, w tym turystyki na obszarach wiejskich z zaznaczeniem - agroturystyki.

Trudna jest odpowiedź na pytania: dlaczego i czy w ogóle musiało dojść do powstania negatywnych skutków rozwoju turystyki?

Zapewne nie dlatego, że człowiek jest z natury zły i ma wolę niszczenia, ale głównie dlatego, że posiada coraz bardziej rozbudzone potrzeby, generowane przez rozwój cywilizacyjny i zmiany modelu konsumpcji. Zaspakajanie potrzeb realizowane jest poprzez tworzenie i coraz większą konsumpcję dóbr i usług. Masowa produkcja i konsumpcja stają się z jednej strony niewątpliwie siłą napędową wzrostu i rozwoju cywilizacyjnego, ale stanowią również spore zagrożenie dla wielu aspektów tego rozwoju.

Należy mieć nadzieję, iż przynajmniej część uczestników rynku spowolni tempo swojej agresywnej działalności w wielu aspektach życia, powściągnie swój pęd do posiadania, czyli z podejścia „mieć” przejdzie na rzecz spokojnego „być”. Dla osiągnięcia takiego zrównoważonego rozwoju powinno się tworzyć i lansować wzorce mniej szkodliwych działań w różnych dziedzinach życia, w tym również w turystyce.

Można przyjąć założenie, że korzystną zmianą w rozwoju turystyki będzie zainteresowanie rynku turystycznego miękkimi formami jej rozwoju – turystyką alternatywną, ekoturystyką i jej różnymi odmianami. Może agroturystyką? Zawiera ona w sobie bardziej zrównoważony pierwiastek, a należy do łatwiejszych w realizacji.

W opracowaniu wykorzystane zostaną następujące metody badawcze: obserwacyjna rynku turystycznego, krytycznej analizy literatury przedmiotu oraz analizy danych statystycznych uzyskanych z wtórnych, zagregowanych dostępnych danych z rynku turystycznego.

## Turystyka masowa i negatywne skutki jej rozwoju

Wśród wielu klasyfikacji turystyki, wyróżnia się podział np. ze względu na motyw podróży, a w nim wyróżnia się:

- turystykę wypoczynkową,
- turystykę poznawczą,
- turystykę kwalifikowaną,
- turystykę zdrowotną,
- turystykę biznesową,
- turystykę religijną.

Oczywiście poza motywem podróży ważne są inne kryteria podziału turystyki, takie jak np. ilość i wiek podróżnych, długość pobytu turystycznego, wybór przez turystów środków transportu, pora wyjazdu, wybór miejsca zakwaterowania, sposób organizacji podróży, czy wybór sprzętu z jakiego korzysta turysta. Niewątpliwie charakterystyczną cechą jest liczba uczestników podróży. Do niszowych należy realizowanie turystyki indywidualnej, częściej występuje turystyka zbiorowa, która przeradza się w masową.

**Turystyka masowa** oznacza ruch turystyczny ogromnej ilości ludzi, zaś w szerokim znaczeniu tego słowa, to model zorganizowanej, komercyjnej turystyki, w której uczestniczy wielka liczba osób, nastawionych głównie na czerpanie korzyści materialnych oraz szybki zwrot poniesionych kosztów.

Z danych UNWTO wynika, że w ostatnich latach każdy region świata odnotował wzrost liczby odwiedzających turystów. Największy wzrost migracji turystycznych miał miejsce w przypadku obu Ameryk. Na kolejnych pozycjach znalazły się odpowiednio kraje: Azji, Pacyfiku, Europy i Bliskiego Wschodu. Nawet słabo rozwinięty kontynent afrykański zanotował wzrost przyjazdów turystycznych (Ministerstwo Sportu i Turystyki 2015).

Tabela 1. Liczba podróżujących w Świecie w wybranych latach

Lata	Liczba podróżujących osób (w mln) *
1950	25,3
1960	69,3
1970	159,7
1980	284,8
1990	435,0
2000	674,0
2010	949,0
2014	1133,0

\*- w/w dane obejmują, w głównej mierze, liczbę każdorazowego przekroczenia granicy państwowej, dotyczą również odwiedzających jednodniowych, tzn. wycieczkowiczów.

Źródło: Gaworecki 2010, s.45 oraz UNWTO 2016.

Międzynarodowy ruch turystyczny ulega nie tylko rozwojowi ilościowemu ale także jakościowemu - z punktu widzenia organizacji form turystyki i zachowań turystów oraz ludności zamieszkującej obszary recepcyjne.

Istnieje wiele czynników warunkujących dalszy, ciągły wzrost masowego ruchu turystycznego. Należą do nich między innymi: wzrost zamożności społeczeństw, przyrost czasu wolnego od pracy, który może być wypełniony turystyką, ciągły wzrost długości życia społeczeństw, dostępność do coraz szybszych środków transportu, rozbudzenie ciekawości świata poprzez masmedia. Dodatkowo branża turystyczna nastawiona na

maksymalizowanie zysku stara się tworzyć bardziej atrakcyjną ofertę dla pozyskania coraz większej rzeszy klientów.

Oceniając zasoby turystyczne, które często stają się jednocześnie walorami turystycznymi, z perspektywy ekonomicznej, która jest bardziej czytelna - straty wynikające ze zjawiska turystyki rozpatrywane na różnych płaszczyznach życia, pozwalają wyodrębnić wiele jej negatywnych funkcji. Zachowania psycho-fizyczne i społeczne realizowane w masowym działaniu przynoszą więcej negatywnych efektów. Do dysfunkcji zaliczyć również można np.: wypoczynkową, zdrowotną, wychowawczą, kulturową, ekonomiczną, polityczną, etniczną i inne. Zostaną one krótko omówione poniżej.

Zazwyczaj turystykę kojarzy się z odnową sił fizycznych i psychicznych. W zależności od formy jej uprawiania, uczestnik ruchu turystycznego regeneruje swoje siły witalne, na przykład aby uniknąć lub zminimalizować konsekwencje tzw. „chorób cywilizacyjnych”. Należy zwrócić uwagę, że funkcja wypoczynkowa, przy masowym jej uprawianiu, tworzy zamiast pozytywne również negatywne efekty i staje się **dysfunkcją wypoczynkową**.

Turystyka masowa charakteryzuje się przeludnieniem, hałasem, przekroczeniem pojemności i chłonności obszarów destynacji turystycznej, co sprawia, że tak naprawdę turysta nie wypoczywa, tylko się męczy. Bardzo często organizatorzy masowych imprez turystycznych nie biorą pod uwagę zainteresowań, wieku, stanu zdrowia turystów, tylko oferują uniwersalne, najbardziej powszechne i łatwe w odbiorze modele wypoczynku. Należy liczyć na to, że wzrastające wymagania klientów i walka o niego na konkurencyjnym rynku poprawi jakość usług i zmusi oferentów do większej segmentacji strony popytowej. Można założyć, że możliwe to jest przy tworzeniu indywidualnej oferty dla poszczególnych odbiorców.

Razem z funkcją wypoczynkową turystyka pobudzać ma funkcję zdrowotną. Zdrowotne, korzystne znaczenie turystyki polega na wyrwaniu człowieka z niezdrowego środowiska codziennej bytności (głównie miast) i wyprowadzenie w taki teren, gdzie działalność gospodarcza nie doprowadziła jeszcze do wystąpienia czynników szkodliwych, godzących w zdrowie ludzkie (Łobożewicz i Bieńczyk 2001, s.50).

Oprócz pozytywnych aspektów związanych z poprawą stanu zdrowia, należy zaznaczyć, że przykładem **dysfunkcji zdrowotnej** jest zjawisko określane mianem „choroby pourlopowej”. Występuje ona wtedy, gdy wyjazdy wypoczynkowe są źle zorganizowane. Najczęściej dotyczy to złego wyboru miejscowości, środka transportu, niskiego standardu usług lub innych często nieprzewidzianych trudności. Sytuacje takie narażają turystów na wiele stresów oraz powodują, że wracają z urlopu bardziej zmęczeni niż przed wyjazdem (Alejziak 2000, s. 36).

Turyści są narażeni również na ryzyko zachorowań na choroby zakaźne i tropikalne. Nadmierna swoboda seksualna powoduje ryzyko rozpowszechniania chorób wenerycznych i AIDS.

Należy zwrócić uwagę na ważne zjawisko licznych dysfunkcji i patologii społecznych. Zazwyczaj wraz z rozwojem turystyki rozwija się prostytucja, przestępczość, hazard, narkomania, pijaństwo - zarówno wśród turystów jak i mieszkańców regionu.

Takie zjawiska stały się nieodłącznym elementem realizowanej turystyki masowej. Hasło określające powszechny model wypoczynku 3xS jako Sun, Sand and Sea, często jest zmieniane na „4xS” czyli Sun, Sand, Sea and Sex. Na szczęście dla pewnego segmentu rynku turystycznego powszechnym staje się idea 3xE (Entertainment – rozrywka, Excitement - ekscytacja, Education - edukacja).

Rozwojowi prostytucji towarzyszy handel kobietami (głównie w Afryce i Azji Wschodniej). Bardzo często niewłaściwe zachowanie turystów nie jest w żadnym stopniu karane, wręcz przeciwnie jest tolerowane przez władze i uważa się je za coś naturalnego, ponieważ turysta jest cennym źródłem dochodów.

Wiele dyscyplin turystyki kwalifikowanej, jak np. turystyka górską, kajakową, żeglarską, wymaga od uczestników odpowiednich umiejętności, doświadczenia itp. Zdarza się, iż działając w grupie i chcąc zaimponować towarzystwu, turyści przeceniają swoje umiejętności, podejmują nadmierne ryzyko, przepłacając to zdrowiem lub życiem.

Problemem jest również, pomimo wielu pozytywnych inicjatyw, brak integracji w turystyce osób niepełnosprawnych, dla których poprawa zdrowia jest nadrzędnym celem. Nadal większość obiektów noclegowych, restauracji, atrakcji turystycznych oraz środków transportu nie jest przystosowana do obsługi turystów niepełnosprawnych. Brakuje także odpowiedniej kadry potrafiącej pracować z takimi osobami. To wszystko sprawia, że do rzadkości należą integracyjne wyjazdy turystyczne, a osoby te i tak zazwyczaj muszą funkcjonować tylko w grupie innych niepełnosprawnych. Można więc potwierdzić wcześniejsze stwierdzenie, iż zdrowotna funkcja turystyki niejednokrotnie staje się jej dysfunkcją.

Specjaliści twierdzą, że turystyka stanowi jeden z najstarszych systemów dydaktycznych. Pełni więc funkcję wychowawczo-społeczną. Turystyka tworzy optymalne warunki do łączenia teorii z praktyką i elementami poznawczymi płynącymi z wyjazdów turystycznych. Podstawą turystyki w znaczeniu dydaktycznym, jest aktywność samokształceniowa turystów, ich zaangażowanie w proces organizacji i realizowania celów dydaktycznych.

Oprócz pozytywnych aspektów kształceniowych wyjazdy turystyczne generują **dysfunkcje wychowawcze**. Sprzyja temu np. przyjmowanie negatywnych, z punktu widzenia wychowawczego, postaw i wzorców zachowań. Wakacyjna wolność sprzyja propagowaniu dysfunkcyjnych i patologicznych postaw, a najczęściej dotyczy to osób młodych. Nadużywanie alkoholu, tytoniu, różnych używek, seksu czyli wszelkie zachowania, które są ogólnospołecznie przyjęte jako niepoprawne lub naganne rozwijają się w okresach wzmoczonych wyjazdów turystycznych szczególnie intensywnie.

Warto zaznaczyć, iż dysfunkcje wychowawcze w porównywalnym stopniu dotyczą obszarów recepcyjnych, jak i środowisk emisyjnych. Narażone są na takie zachowania szczególnie małe społeczności żyjące w pewnej izolacji od tzw. świata zewnętrznego. Dla ludności miejscowej turystyka kojarzy się z beczynnością, bogactwem i działaniami, które warto naśladować. Napływ turystów powoduje bowiem zmiany moralności i obyczajowości ludności miejscowej. Mieszkańcy terenów recepcyjnych nie zawsze chcą dostrzegać fakt, że zachowania turystów, które próbują naśladować, są na ogół postawami „wakacyjnymi”. Zmiany te dotyczą nie tylko zewnętrznych form zachowania, ale także sfery światopoglądowej i moralnej. Naśladowanie takich postaw może przynieść duże szkody w środowisku oferentów turystycznych (Alejski 2000, s. 41). W pewnym sensie turystyka staje się wtedy jakby propagowanym modelem konsumpcjonizmu i „anty-rozwoju”.

Masowa turystyka często narusza społeczny porządek i tworzy w efekcie **negatywny aspekt społeczny**. Pojawiają się niepokój, obawy, brak zadowolenia mieszkańców, a nawet niechęć do turystów. Uciążliwości związane z turystami mocniej odczuwają osoby nieuzyskujące żadnych profitów z ruchu turystycznego, czyli niezaangażowane w gospodarkę turystyczną. Natomiast osoby pracujące w branży



turystycznej łatwiej się na nie godzą lub tolerują, i chętnie rozwijają ją dla przyszłych okresów wzmożonego ruchu turystycznego.

W tradycyjnych społecznościach istnieje silna więź wspólnotowa w rodzinie czy między jednostkami danej lokalnej społeczności. W momencie przemiany obszaru w region turystyczny zauważa się zależność ludności miejscowej od turystów. Wtedy następuje pewnego rodzaju rywalizacja między mieszkańcami o zdobycie turysty, gościa – czyli wymiernych korzyści ekonomicznych. Nierówne zaangażowanie lokalnej społeczności w gospodarkę turystyczną wpływa na relacje sąsiedzkie.

Elementami wynikającymi z rozwoju turystyki mogą być zarówno funkcja jak i **dysfunkcja poznawcza**. Niestety współczesna, masowa turystyka realizowana poprzez powierzchowne, szybkie i niedokładne zwiedzanie przyczynia się do powstawania stereotypów na temat danego obszaru turystycznego. Zazwyczaj turysta nie ma czasu na głębszą refleksję, podziwianie piękna i różnorodności walorów obszarów recepcyjnych. Przy „poznawaniu świata w tydzień” nie jest możliwe wykształcenie u masowego turysty właściwych impulsów do wnikliwego poznawania i analizy zdarzeń doświadczanych w czasie podróży. Ma to często szerszy aspekt, powodujący płytkie, lapidarne i skrótowe podejście do historii, kultury, geografii i wielu innych dyscyplin wiedzy.

Tego typu modele zachowań wiążą się również z **ograniczeniem edukacji kulturowej**. Oferta mająca charakter czysto komercyjny dla rozwijania masowej turystyki, coraz częściej powoduje spływanie, komercjalizację kultury i zatracanie autentyczności walorów obszaru oraz dziedzictwa kulturowego regionu, czy kraju.

Często zwraca się uwagę na niszczenie indywidualizmu, kolorytu i specyficznego klimatu miejscowości recepcyjnej. Niszczona jest unikalna kultura i obrzędowość, a w zamian dostarcza się wzorce konsumpcjonizmu i nijakość kultury masowej. Dotyczy to praktycznie wszystkich aspektów życia codziennego, więc również turystyki.

Niszczenie zabytków, wandalizm, pogarszanie jakości infrastruktury to kolejne często spotykane negatywne skutki rozwoju turystyki. Przykładów niszczenia zabytków i „łowców pamiątek” jest wiele w kraju i w świecie.

Każda forma turystyki sprzyja rozwojowi miast, ich bazy turystycznej, otaczającej, infrastruktury lokalnej etc. Wraz z napływem turystów przybywają pieniądze, a także osoby szukające zatrudnienia w branży turystycznej. Wiąże się to z przyspieszoną urbanizacją i rozwojem wielu gałęzi przemysłu. Niemniej za tym pozytywnym skutkiem podąża wiele **negatywów efektów rozwoju procesów urbanizacyjnych**. Duże natężenie ruchu turystycznego przyczynia się do obniżenia jakości usług, przeciążenia komunikacji, kongestii, hałasu, wzrostu nieczystości komunalnych, przestępczości i innych. Podczas budowania infrastruktury turystycznej dochodzi do nieładu i chaosu architektonicznego lub nawet powstają budynki szpecące krajobraz.

Oczywistym jest, że turystyka aktywizuje gospodarczo regiony, powoduje, że napływa do nich kapitał, lokalne firmy notują wyższe obroty, ludność miejscowa zyskuje nowe miejsca pracy, wzbogaca się, a do budżetów lokalnych oraz budżetu centralnego napływają wyższe podatki (Alejski 2000, s. 52). Największe dochody uzyskują oczywiście kraje o dużym potencjale turystycznym i rozwinięte gospodarczo. Najbardziej ograniczony wpływ na pobudzenie regionalnej gospodarki ma turystyka typu all inclusive oraz morska turystyka wycieczkowa, która z samego założenia jest odizolowana i funkcjonuje niezależnie od otoczenia społecznego i gospodarczego. Przyjmuje się, że im przestrzeń turystyczna jest bardziej otwarta i istnieje więcej powiązań z lokalną gospodarką tym większe generuje dochody na obszarze recepcji turystycznej.

**Dysfunkcja w kształtowaniu świadomości ekologicznej.** Przykładem tego mogą być pozerające, bez mała wszystkie komponenty środowiska, inwestycje dla tworzenia infrastruktury turystycznej i bazy otaczającej. Powszechny brak świadomości ekologicznej turystów ale również zbyt liberalne prawo w tym zakresie potęgują straty środowiskowe.

Odnotowuje się zjawisko zależności między unikalnością danego obszaru a natężeniem ruchu turystycznego. Tak więc paradoksalnie, jeśli dane miejsce zdobędzie status obszaru chronionego, parku narodowego, tym samym zwiększa się liczba chętnych do zwiedzenia tego miejsca, co może powodować utratę części jego walorów. W efekcie można zaryzykować znane już stwierdzenie, że coraz częściej „turystyka zabija turystykę”.

Występują również **negatywne skutki ekonomiczne** rozwoju turystyki. Wiązą się one z kwestią uzyskiwania dochodów na terenie recepcyjnym, jednak bez zatrzymania tych środków finansowych na danym obszarze. Znaczące wpływy środków finansowych dotyczą: importu materiałów konstrukcyjnych i wyposażenia obiektów bazy turystycznej, dóbr konsumpcyjnych, produktów żywnościowych i innych. Współczesny turysta niechętnie zmienia swoje nawyki żywieniowe podczas urlopu, więc na obszarach turystycznych w coraz szybszym tempie i coraz większym zakresie przybywają znane na całym świecie fast foody reprezentowane przez korporacje transnarodowe. Im słabiej rozwinięta jest gospodarka krajowa, tym mniej zysków z turystyki pozostaje na miejscu.

Dysfunkcja ekonomiczna na terenach recepcyjnych występuje również w momencie zaznaczonej sezonowości turystycznej. Wówczas koszty utrzymania obiektów turystycznych wzrastają, stają się nierentowne i wymagają dotacji z budżetów publicznych, powodując, iż brakuje środków na inwestycje ważne dla rdzennych mieszkańców danego terenu.

Warto również zaznaczyć, że mieszkańcy obszarów turystycznych odczuwają w sezonie nasilonego ruchu turystycznego podwyżkę cen wielu artykułów. Czyli skutkiem jest wzrost cen na obszarach recepcyjnych, co wprost uderza w portfele mieszkańców i w efekcie obniża ich standard życia.

W wymiarze międzynarodowym współczesną turystykę uważa się za ważny element międzynarodowych stosunków gospodarczych i politycznych. Potwierdzają to raporty Światowej Organizacji Turystycznej, według których międzynarodowe obroty handlowe w turystyce wynosiły na początku nowego milenium ponad 2 mld USD dziennie i mają tendencję rosnącą (Kurek 2007, s. 409).

Obecnie wiele państw rozwijających się dostrzega wielką szansę w turystyce, jako źródło łatwego i szybkiego czynnika wzrostu gospodarczego, a także zmiany wizerunku na arenie międzynarodowej.

Turystyka także sama generuje impulsy do formułowania polityki. Mechanizm funkcjonowania środowiska politycznego turystyki jest zróżnicowany w zależności od formy rządów w państwie (Kaspar 1996, s.32 – 33).

W przypadku politycznych funkcji turystyki można wskazać na pewne **zagrożenia i niekorzystne zjawiska polityczne**. Najgroźniejszym z nich jest naruszanie zasady politycznej i ideologicznej neutralności czasu wolnego. W niektórych państwach totalitarnych, turystyka jest podporządkowana ideologii. Obywatele danego kraju ze względów politycznych lub ideologicznych nie mogą wyjeżdżać za granicę i odwrotnie - również obywatele innych krajów nie są do nich wpuszczani.

Występują również **dysfunkcja etniczne**. Na przykład w wielu regionach świata przyjazdy turystów pewnych grup etnicznych, narodowościowych czy religijnych powodują nieustanne obawy, emocje i napięcia. Przykładem takiego stanu rzeczy są

wybuchające w różnych częściach globu konflikty zbrojne i zamachy. Dlatego nawet wiele lat po zakończeniu wojen w wyniku niesprawiedliwości i krzywd, napięcia takie mogą być wciąż żywe.

**Terroryzm, konflikty zbrojne** są coraz częstszym czynnikiem wpływającym na ruch turystyczny w wielu częściach świata. Wydarzenia towarzyszące światu od ataku na World Trade Center skłaniają do zastanowienia się nad przyszłością turystyki w regionach atrakcyjnych turystycznie. Prawie codziennością stały się ataki samobójcze, eksplozje bomb w miejscach publicznych, które coraz częściej dotyczą krajów wysoko rozwiniętych, w tym europejskich. Bardzo niepokojący jest fakt, że ofiarami są niewinni ludzie, w wielu przypadkach również turyści.

Masowy ruch migracyjny w kierunku Europy - ludzi, którzy uciekają ze swoich ojczyzn przed wojną, zbrodniczym reżimem, łamaniem praw człowieka oraz ze względów ekonomicznych, stworzył dodatkowe zagrożenia dla rozwoju masowej turystyki. Uchodźcy i imigranci koczują na terenach przygranicznych i znaczących szlaków komunikacyjnych. Zdarza się, że ludzie Ci szukając łatwego zysku stwarzają zagrożenie nie tylko dla autochtonów ale również dla potencjalnych turystów.

Dla światowej turystyki perspektywy są raczej dobre, ale obecna sytuacja polityczna, rozszerzające się zjawisko terroryzmu i inne zagrożenia wymuszają większą szansę dla mniej zorganizowanej turystyki krajowej poszczególnych państw, w której występuje większe bezpieczeństwo podróży (Biliński, 2003, s. 240 oraz WP Turystyka 2016).

### **Turystyka odpowiedzialna i jej różne formy**

W kontekście różnorodnych negatywnych skutków rozwoju turystyki masowej wydaje się, że naturalnym rozwiązaniem problemu na kolejne lata stanie się wzrost zainteresowania tzw. miękką turystyką.

Turystyka masowa odciska zazwyczaj twardy ślad na obszarach recepcji turystycznej. **Turystyka miękkiego typu** charakteryzuje się wieloma cechami, między innymi (Kaczmarska 2010, s. 251-265):

- realizowana jest indywidualnie, rodzinie, wśród małej grupy znajomych,
- poświęca się jej dużo czasu na różnych etapach jej organizowania,
- wybiera się do jej realizacji odpowiednie, bardziej ekologiczne środki transportu,
- wykorzystywana baza turystyczna jest w dyspozycji lokalnej społeczności obszaru recepcyjnego,
- program imprezy jest spontaniczny, zmienia się w zależności od potrzeb,
- każdy uczestnik podróży jest sam dla siebie przewodnikiem,
- w czasie podróży szanuje się i przyjmuje miejscowy styl życia,
- nabywa się pamiątki tworzone przez społeczność lokalną,
- poszukuje się przeżyć dostarczanych przez obszar recepcji turystycznej,
- podróż ma być aktywna i męcząca,
- istnieje konieczność gruntownego, wieloaspektowego przygotowania się do wyjazdu turystycznego,
- wymusza ciągłą naukę geografii, kultury, historii, obyczajów, języków obcych etc., która stwarza radość i zadowolenie,

Turystykę charakteryzującą się miękkimi cechami mogą uprawiać osoby odpowiedzialne tworząc **turystykę odpowiedzialną**, będącą odzwierciedleniem turystyki zrównoważonej. Dodatkowo kształtuje ona konkretne postawy i zachowania wszystkich

uczestników turystyki: jednostek i organizacji. Dąży ona do maksymalizacji korzyści w różnych aspektach: przyrodniczych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych. Takie cechy posiadają różne formy turystyki alternatywnej.

**Turystyka alternatywna** – to taki rodzaj turystyki, który w odróżnieniu od turystyki masowej preferuje ścisły związek turystów ze społecznościami miejscowymi, wykorzystuje walory regionów recepcyjnych oraz istniejącej już infrastruktury w taki sposób, aby w najmniejszym stopniu ingerować w środowisko przyrodnicze. Celami rozwoju takiej turystyki jest poznanie kultury historii, gospodarki i sposobu życia mieszkańców odwiedzanego obszaru.

W turystyce alternatywnej, w przeciwieństwie do wysokiego stopnia zorganizowania współczesnej turystyki masowej, preferuje się samodzielną organizację i realizację wyprawy turystycznej przy niskim udziale niedużych lub tylko lokalnych biur podróży.

Inną formą turystyki alternatywnej jest **ekoturystyka**, która utożsamiana jest z turystyką odpowiedzialną, zrównoważoną zieloną, kulturową, dążącą do zarządzania zasobami tak, aby minimalizować negatywne skutki oddziaływania turystyki w różnych sferach: ekonomicznej, społeczno-kulturowej i przyrodniczej, a jednocześnie maksymalizować korzyści z niej płynące. Turystyka zrównoważona bazuje na koncepcji zrównoważonego rozwoju, czyli takiego rozwoju, z którego będą mogły również czerpać korzyści przyszłe pokolenia. Ekoturystyka jest dla wielu szansą na indywidualny rozwój psychospołeczny, ale adresowana jest do turystów wyspecjalizowanych.

W ramach turystyki odpowiedzialnej wytworzyły się dodatkowo inne formy (Turystyka odpowiedzialna i terminy pokrewne. Turystyka Odpowiedzialnie, 2016).

**Turystyka zielona** – koncentrująca się na kształtowaniu i ochronie środowiska przyrodniczego.

**Ekoturystyka**, która dba o ekologię czyli o poprawne wzajemne relacje między komponentami przyrody i organizmami żywymi. Ekoturystyka to odpowiedzialne podróżowanie do obszarów przyrodniczych, przyczyniające się do ochrony środowiska i poprawy standardu życia społeczności lokalnej.

**Turystyka kulturowa** – czyli podróżowanie w celu poznania innych kultur, obecnych i przeszłych, poprzez np. poznanie stylu życia mieszkańców, ich historii, obyczajów, sztuki, architektury, religii. Polega ona w dużej mierze na interakcji ze społecznością lokalną. Jedną z form turystyki kulturowej jest **turystyka dziedzictwa**, która oznacza podróżowanie celem doświadczenia miejsc i aktywności w autentyczny sposób odzwierciedlających historie ludzi żyjących w dawnych okresach historycznych.

**Turystyka przygodowa** – obejmująca podróż, która zawiera w sobie co najmniej dwa z trzech elementów: aktywność fizyczną, interakcje z naturą i wymianę kulturową.

**Turystyka wolontariacka** – mająca na celu świadomie i łagodnie łączyć wolontariat z najbardziej wartościowymi elementami turystyki. Uczestnicy takich wyjazdów pomagają funkcjonować konkretnej społeczności lokalnej, poznając jednocześnie dany region i jego kulturę. Turystyka taka budzi jednak wiele kontrowersji na tle etycznym, gdyż zdarza się, że organizatorzy takich wyjazdów stosują praktyki, wykorzystujące lokalne społeczności do własnych celów komercyjnych.

Niestety cechą charakterystyczną wszystkich wyżej wymienionych form turystyki odpowiedzialnej jest stosunkowo wysoki stopień trudności jej uprawiania. Powoduje to, że uczestnik takiej turystyki powinien charakteryzować się odpowiednim, zazwyczaj znacznym zaangażowaniem w tworzenie wyjazdu turystycznego. Turystyka taka wymaga

więc wiedzy, inteligencji, czasu dla jej przygotowania, dostępu do informacji, otwartości na nowości i ciągłych zmian w całym procesie organizacji podróżowania. Chodzi o to, aby turysta realizował swój wyjazd turystyczny jak najbardziej racjonalnie. Nie każdy turysta jest w stanie takie cechy doskonalić w swoim działaniu, poszukuje wówczas prostszej alternatywy, przygotowanej przez oferentów.

Wydaje się, że ułatwieniem w wyborze mniej szkodliwych form turystyki może stać się rozwijanie turystyki na obszarach wiejskich, w tym agroturystyki.

### **Agroturystyka i płynące korzyści z jej rozwoju**

**Agroturystyka** jako forma turystyki alternatywnej jest związana niezwykle blisko z ekologią i często wręcz zązębia się z ekoturystyką, oferując turystom możliwość korzystania z produktów ekologicznych. Jest to forma wypoczynku w warunkach zbliżonych do wiejskich. Polega na wykorzystaniu zasobów i walorów krajobrazu wiejskiego, udziale turystów w tworzeniu tradycyjnego rzemiosła artystycznego, w obrzędach ludowych oraz w przygotowywaniu potraw regionalnych. Może być połączona z pracą u osoby zapewniającej nocleg co staje się obecnie modne i pożądane. Agroturystyka jest jedną z form turystyki wiejskiej, ale oczywiście nie jedyną. Turystyka wiejska w szerokim tego słowa znaczeniu obejmuje ofertę turystyczną na terenach wsi w bazie turystycznej, która na potrzeby turysty jest specjalnie stworzona. Przy zazwyczaj niskiej dochodowości ludności obszarów wiejskich rozwój takiej turystyki bywa ograniczony. Dlatego najlepszą alternatywą wydaje się być oferta agroturystyczna.

Popyt na agro- usługi jest coraz większy i ma szansę na dynamiczny rozwój. Działalność turystyczna na obszarach wiejskich jest podejmowana przez: rolników prowadzących gospodarstwa rolne – jako dodatkowa działalność pozarolnicza.

Gospodarstwo agroturystyczne oprócz produkcji rolnej, wytwarza dobra i usługi agroturystyczne, w związku z tym pewna część przychodów pochodzi z agroturystyki, a pozostała z produkcji rolniczej. Podjęcie działalności gospodarczej wymaga posiadania odpowiedniej wiedzy i przełamania pewnego rodzaju bariery psychologicznej przy podejmowaniu ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej (Sznajder i Przezbórska 2006, s. 109-110).

Agroturystyka spełnia wiele funkcji o dużym znaczeniu zarówno dla ludności miejskiej, jak i wiejskiej. Można wyróżnić m.in. funkcje: dochodową, zatrudnieniową, wykorzystywania wolnych zasobów mieszkaniowych, aktywizacji terenów wiejskich, konserwacji zasobów naturalnych, a także wypoczynkowe, rekreacyjne i edukacyjne ludności wiejskiej. Dla turysty agroturystyka oznacza aktywność turystyczną człowieka, który zamierza poznać produkcję rolniczą i/lub wypoczywać w środowisku rolniczym (Sznajder i Przezbórska 2006, s. 15).

Uprawianie agroturystyki jest dobrą alternatywą na rosnący problem tzw. chorób cywilizacyjnych, które wynikają z szybkich zmian otoczenia człowieka. Największy wpływ na stan zdrowia ma środowisko przyrodnicze, które powinno być utrzymane w jak najlepszym stanie (Jalinik 2007, s. 26-27). Agroturystyka przynosi oprócz nielicznych niekorzyści wiele pozytywnych efektów. Zostały one zestawione w tabeli 2.

Tabela 2 Wybrane korzyści agroturystyki z punktu widzenia agro-oferanta i agroturysty

Znaczenie agroturystyki	Z punktu widzenia agro-oferanta	Z punktu widzenia agroturysty
Ekonomiczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kreowanie przedsiębiorczości na wsi</li> <li>• dodatkowy dochód</li> <li>• dodatkowe miejsca pracy</li> <li>• postęp w hodowli, produkcji rolnej i ogrodniczej</li> <li>• rozwój rzemiosła i twórczości ludowej</li> <li>• wzrost wartości gruntu przeznaczonego na cele rekreacyjno-turystyczne</li> <li>• poprawa wskaźnika wykorzystania powierzchni mieszkalnej i gospodarczej</li> <li>• wspieranie lokalnych usług i przetwórstwa</li> <li>• rozbudowa infrastruktury</li> <li>• poprawa jakości i atrakcyjności zabudowy gospodarskiej</li> <li>• zróżnicowanie gospodarki- rozwój usług dodatkowych</li> <li>• wzrost zamożności gospodarstwa rolnego, społeczności lokalnej oraz gminy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• możliwość spędzenia urlopu tanio</li> <li>• możliwość skorzystania tylko z częściowej oferty np. tylko z usług noclegowych, a żywienie się na własną rękę</li> <li>•</li> </ul>
Spoleczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zachowanie dziedzictwa kulturowego wsi</li> <li>• postęp kulturalny- kształtowanie nowych wzorców zachowań</li> <li>• zmiana sposobu życia, wzrost standardu życia</li> <li>• rozwój kultury regionalnej, sztuki ludowej, muzeów itp.</li> <li>• wspieranie tradycji ludowych</li> <li>• poszerzenie kontaktów społecznych</li> <li>• możliwość awansu zawodowego i społecznego</li> <li>• nowe perspektywy dla ludności wiejskiej- hamowanie tendencji wyludniania i starzenia się wsi</li> <li>• integracja środowiska wiejskiego - zacieśnianie pomocy i współpracy sąsiedzkiej, wspieranie wspólnych inicjatyw</li> <li>• wzrost tolerancji obyczajowej i moralnej</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kształtowanie nowych wzorców zachowań</li> <li>• ważny czynnik edukacji kulturowo-poznawczej</li> <li>• poznanie kultury i zwyczajów regionu</li> <li>• wzbogacanie wiedzy o historii, geografii, stylowej architekturze</li> <li>• uczestniczenie w życiu gospodarstwa rolnego</li> <li>• rozwijanie zainteresowań, zdobywanie nowych umiejętności</li> <li>• funkcja wypoczynkowa i zdrowotna</li> <li>• leczenie „chorób cywilizacyjnych”</li> <li>• tworzenie więzi wspólnotowej z oferentami wypoczynku</li> <li>• generowanie szacunku do wiejskich społeczności</li> </ul>

Ekologiczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• inwestycje ochronne</li> <li>• rozwój rolnictwa ekologicznego i zintegrowanego</li> <li>• opieka nad pomnikami przyrody</li> <li>• wzrost powierzchni użytkowych zielonych i zalesień w skutek zmiany struktury użytkowania ziemi oraz dla wzbogacenia atrakcyjności</li> <li>• ponowne wykorzystanie opuszczonych budynków</li> <li>• wyższa dbałość o estetykę otoczenia obejścia</li> <li>• wzrost świadomości ekologicznej i troska o ochronę środowiska</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzrost świadomości ekologicznej</li> <li>• bliski kontakt z przyrodą i zwierzętami gospodarskimi</li> <li>• korzystanie ze zdrowej żywności</li> <li>• lansowanie zdrowego, bardziej naturalnego trybu życia</li> </ul>
-------------	--	--

Zródło: Na podstawie m.in.: Młynarczyk 2002, s. 15-28

Podstawową korzyścią płynącą z rozwoju agroturystyki na obszarach wiejskich jest aktywizacja przedsiębiorczości ludności wiejskiej. Jak wynika z przeprowadzonych badań największą aktywność w tym względzie przejawiają ludzie do 40 roku życia, legitymujący się najczęściej wykształceniem średnim. Bardziej przedsiębiorcze od swych rówieśników okazują się być kobiety. Wskutek poszukiwań dodatkowego dochodu wiele rolniczych rodzin podejmuje się prowadzenia działalności agroturystycznej, a ich początkowe sukcesy okazują się zachętą dla innych uczestników wiejskiej społeczności (Młynarczyk 2002, s.16).

Agroturystyka może skutkować wszechstronnym ożywieniem gospodarczym nie tylko z powodu wzrostu popytu na zdrową żywność, ale w równym stopniu może stymulować rozwój wszelkiego rodzaju usług, tj. handel, mała gastronomia, usługi fryzjerskie, motoryzacyjne, rzemiosło, wyroby artystyczne, usługi ukierunkowane na zabezpieczanie potrzeb turystów, usługi remontowo – budowlane w celu przygotowania bazy, sprzedaż artykułów roślinnych, zwierzęcych, rękodzieła, itp. Zróżnicowanie produkcji na obszarach wiejskich na ogół zmniejsza wrażliwość, mono-funkcyjnej gospodarki, na wahania koniunktury rolniczej.

Innym przykładem ekonomicznego znaczenia agroturystyki jest poprawa wykorzystania powierzchni mieszkaniowej oraz gospodarczej poprzez przystosowanie niewykorzystanych miejsc na potrzeby działalności agroturystycznej. W przeciętnym gospodarstwie rolnym istnieje zazwyczaj możliwość urządzenia kilku pokoi dla gości, bez konieczności inwestowania w nowe budynki. Agroturystyka mobilizuje także rozwój lokalnych inwestycji poprzez rozbudowę infrastruktury gminy. Najważniejsze z nich to budowa dróg, wodociągów, gazociągów oraz oczyszczalni ścieków (Młynarczyk 2002, s. 18).

Agroturystyka stanowi alternatywę dla turystyki masowej i silnie skomercjalizowanych sposobów podróży. Pozwala realizować wypoczynek zarówno pojedynczym turystom, jak i całych rodzin.

Oczywiście oprócz wielu korzyści płynących z rozwoju agroturystyki występują również niekorzyści z niej płynące. Można do nich zaliczyć między innymi: brak wzajemnego zrozumienia agroturystów i oferentów wiejskich (życie mieszczuchów kontra bytowanie ludzi wiejskich) powoduje to wzrost konfliktów i napięć między osobami

szczególnie w okresie nasilenia prac rolnych, czasem wzrost przestępczości wakacyjnej trudnej do obiektywnej oceny przez społeczność lokalną. Bardzo często na potrzeby turystów występuje wzrost komercjalizacji - powielanie różnych wątków tradycji na pokaz. Agroturystyka wzmacnia liczne zagrożenia np. aktywność turystyczna powoduje nadmierne zużycie zasobów naturalnych, skupienie się przez rolników na wzroście atrakcyjności turystycznej i zaniedbanie realizacji funkcji hodowlano-rolnej do której wieś jest stworzona oraz przejmowanie wzajemnych niewłaściwych standardów (alkohol, narkotyki, hazard itd.).

Istnieje również szereg przeciwności wynikających z ogólnej sytuacji gospodarczej. Z jednej strony - pogarszanie dochodowości produkcji rolniczej wymusza konieczność poszukiwania innych źródeł dochodów, a z drugiej strony jej rozwój wymaga inwestycji adaptacyjnych, trudnych w finansowaniu przez użytkowników nisko-dochodowych i niedochodowych gospodarstw rolnych. Agroturystyka boryka się, bardziej niż inne rodzaje turystyki, z dużymi problemami finansowymi.

Ponadto czynnikiem utrudniającym rozwój agroturystyki jest stan infrastruktury na obszarach wiejskich. Brakuje dostatecznej sieci i jakości dróg, wodociągów, kanalizacji, ograniczony jest dostęp do sieci internetowej, banków, terminali płatniczych, urzędów pocztowych, placówek służby zdrowia. Brakuje ośrodków rekreacji, sportu, kultury. Bariery jest także brak znajomości języków obcych, co uniemożliwia zaproponowanie oferty cudzoziemcom. Istniejące bariery przekładają się na stan rozwoju agroturystyki i atrakcyjność wypoczynku na obszarach wiejskich, choć nie zmniejszają stale rosnącego zainteresowania tą formą turystyki.

Rozwój działalności agroturystycznej w dużej mierze zależy od pozyskania i właściwego wykorzystania środków finansowych, odpowiedniego zaangażowania, współpracy pomiędzy instytucjami i organizacjami mającymi wpływ na rozwój agroturystyki. Programy pomocowe, kredyty i pożyczki powinny służyć przystosowaniu gospodarstw rolnych do warunków, jakie istnieją w krajach zachodnich, aby można było rozwijać działalność agroturystyczną. Jest to zarazem dobry przykład, jak należy rozwijać przedsiębiorczość na obszarach wiejskich.

Rozwój agroturystyki w krajach słabiej rozwiniętych powinien przebiegać w kierunku dostosowującym gospodarstwa do istniejących standardów, stwarzając w ten sposób produkt o wysokiej jakości, oparty na ekologii, walorach wsi i dziedzictwa kulturowego. Stworzenie produktu takiej marki wymaga poniesienia określonych nakładów, których finansowanie jest możliwe dzięki różnym instytucjom, organizacjom i programom umożliwiającym pozyskanie funduszy na tego rodzaju działalność.

## **Podsumowanie**

Przemysł turystyczny rozwija się dynamicznie i według przewidywań ekonomistów stanie się wkrótce dziedziną numer jeden w światowej gospodarce. Jednocześnie ulegają zmianie upodobania i potrzeby turystów. Wielu uczestników rynku turystycznego ma dość urlopów w zatłoczonych miejscach, pełnych zgiełku i wrzawy. Pragną ciszy, spokoju i świeżego powietrza, chcą uciec, choćby na chwilę od miast, w których mieszkają. Tzw. miękka turystyka i jej różne formy pozwalają rozwijać bardziej ambitne rozwiązania, ale często stanowi zbyt duże wyzwanie dla uczestnika podróży.

Wydaje się, że ciekawą i stosunkowo łatwą do osiągnięcia alternatywą stanowią gospodarstwa agroturystyczne, które są idealnym miejscem ucieczki od cywilizacji i współczesnego tempa życia. Pozwalają doświadczyć bliskości z przyrodą i kulturą regionu.



Turyści zainteresowani wypoczynkiem na obszarach wiejskich - nie będą doświadczać dysfunkcji charakterystycznych dla turystyki masowej. Agroturystyka zaspokaja potrzeby społeczne, ekonomiczne i psychologiczne dla obu stron rynku turystycznego. Ponadto, w sposób praktyczny, sprzyja wzbogacaniu wiedzy o historii, geografii, stylowej architekturze oraz zwyczajach kulturowych odwiedzanych miejscowości i ich okolic.

Bez wątplenia agroturystyka stanowi dodatkowe źródło dochodu dla ludności wiejskiej. Poziom życia większości ludzi na wsi jest niższy niż na terenach miejskich, silnie zindustrializowanych. Znaczna część mieszkańców wsi w wielu krajach świata, nie jest w stanie utrzymać się z rolnictwa. Konieczne jest więc pozyskiwanie dochodów z innych źródeł i w tym względzie potrzebne jest zaangażowanie nie tylko samych oferentów agroturystyki, ale również władz i organizacji publicznych.

Rozwój gospodarstw rolnych angażujących się w działalność turystyczną prowadzi do zmniejszenia bezrobocia na wsi. Aktywizacja zawodowa przez agroturystykę, może zmniejszyć odpływ do miast młodych, wykształconych jej mieszkańców, a zatem ograniczać proces wyludniania się wsi.

Przedstawiona analiza pozwala na stwierdzenie, że rozwój agroturystyki może, stać się w najbliższej przyszłości bardziej atrakcyjny niż inne rodzaje turystyki.

#### Literatura

1. Alejski W.: Turystyka w obliczu wyzwań XXI w. Wyd. Albis, Kraków 2000,
2. Biliński J.: Turystyka czynnikiem integracji międzynarodowej. Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2003,
3. Gaworecki W.W.: Turystyka. PWE, Warszawa 2010
4. Gołembski G.: Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, 2006,
5. Jalinik M.: Rozwój agroturystyki na obszarach wiejskich. Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2007,
6. Kaczmarska A.: Od ekorozwoju do ekoturystyki. W: Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe 59. Teoretyczne i pragmatyczne problemy ekonomii – przeszłość i teraźniejszość. Red. U. Zagóraszka. Katowice 2010 ,
7. Kaspar C.: Die Tourismuslehre im Grundriss. Verlag Paul Haupt, Bern und Stuttgart 1996,
8. Kurek W.: Turystyka .Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2007,
9. Łobożewicz T., Bieńczyk G.: Podstawy turystyki. Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Warszawie, Warszawa 2001,
10. Młynarczyk K.: Agroturystyka. Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2002,
11. Sznajder M., Przezbórska L.: Agroturystyka. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006,
12. Ministerstwo Sportu i Turystyki: Liczba turystów międzynarodowych w 2014 roku przekroczyła 1,1 mld. <http://www.msport.gov.pl/badania-rynku-turystycznego/liczba-turystow-miedzynarodowych-w-2014-r-przekroczylo-11-mld> (14.03.2016)
13. Turystyka odpowiedzialna i terminy pokrewne: Turystyka odpowiedzialnie. <http://turystykaodpowiedzialnie.pl/2013/03/turystyka-odpowiedzialna-i-termíny-pokrewne/> (16.03.2016)
14. Turystyka we Francji upadnie? Imigranci odstraszą turystów. <http://prostozmostu.net/swiat/turystyka-we-francji-upadnie-imigranci-odstraszaja-turystow> (14.03.2016)
15. UNWTO <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> (21.03.2016)
16. WP Turystyka: Imigranci w europejskim raj. Jak wygląda rzeczywistość?, <http://turystyka.wp.pl/kat,1036545,title,Imigranci-w-europejskim-raj-jak-wyglada-rzeczywistosc,wid,17850245,wiadomosc.html?icaid=116a62> (14.03.2016)

**Sebastian Kopera**

*Dr, Department of Management in Tourism, Jagiellonian University in Kraków*

## **APPLICATION OF DIGITAL PLATFORMS SUPPORTING CREATION OF A LOCAL E-ENVIRONMENT FOR NETWORKING. A POLISH TOURISM BUSINESS CASE STUDY**

### **Abstract**

Communication is the best IT supported dimension of the external infospace of tourism enterprises. Its' changes are relatively fastest of all, what is probably caused by the popularity of communication solutions used in every area of the emerging information society. However, the effectiveness of their business utilization is quite low, what is caused mainly by the lack of knowledge and competencies in both: effectiveness of digital and business communication as well.

The transactional aspect of the digital platforms on tourist markets are the worst supported area of the external infospace. The influence of advanced information systems utilized by local administration and business self-government on creation of conditions for tourist enterprises development is quite low, and the dynamics of changes of that factors is rather mean. In the context of a contemporary economy, which is digital by nature, tourism firms suffer from technological illiteracy what results in competitive deterioration and marginalization of those weakest enterprises in tourism regions.

All those issues pose a major challenge to both: local administration and business self-government bodies in Poland. How they cope with it will significantly influence sustainable development of tourism regions and their competitiveness on increasingly demanding tourism market.

**Keywords:** networking, digital platforms, infostructure, tourism regions, local cooperation

### **Introduction**

In the age of knowledge-based digital economy one can witness more and more intensive growth and development of electronic markets in each and every industry. While observing this process its' global aspect is particularly sharp and evident. It is also the most stressed and widely described one. However no less, but even more important aspects of the mentioned process are local and regional ones, particularly from the point of view of a single, small or medium enterprise<sup>1</sup>.

At the same time one of the basic hallmarks of the knowledge-based economy – apart from that it is digital – is that the effectiveness of private and public organizations in

---

<sup>1</sup> Kopera, S., 2011a. Kierunki wykorzystania technologii informacyjnej w przedsiębiorstwach turystycznych. In M. Bednarczyk, ed. *Zarządzanie konkurencyjnością biznesu turystycznego w regionach*. Warszawa, s. 125–166, p. 125.

creation and utilization of knowledge is the main growth factor for organizations from any sector<sup>2</sup>, tourism included. Many authors agree that nowadays individual knowledge creation is not sufficient to make this process effective enough to support innovation capacity of enterprises, what draws attention to interorganizational networks as the space for acquiring new knowledge resources<sup>3</sup>. The fundamental value of networking is that it is aimed at stimulating knowledge sharing and learning of all involved organizations<sup>4</sup>.

Tourism industry is very specific as far as networking is concerned, because of a strong interdependence between supply side entities involved in a process of tourism product creation and delivery. What is more there is also a significant interdependence between growth and development of tourist companies and activity of local administration as well as economic tourist self-government institutions<sup>5</sup>. Business together with those institutions co-create environment in which it is possible to do both: rise business competitiveness and reach the strategic goals of local and/or regional tourism policy. Worth noticing in this context is the prominent role of public and regional administration in facilitating the creation the environment for networking and cooperation between different local and regional partners<sup>6</sup>.

Those specific features of tourist market influence the way in which relations between market participants as well as their cooperation are shaped by the mean of digital platforms<sup>7</sup>. The role of IT in this context is hard to overestimate, as it improves management of information exchange between partners<sup>8</sup>, helps coordinate partner activities<sup>9</sup>. According to Kohtamäki et al.<sup>10</sup> information and communication technologies are element of „enabling structures”, that create platforms for interaction between firms. Digital, Internet-based

<sup>2</sup> Lewandowski, J. & Kopera, S., 2009. *Rola nowoczesnych systemów informacyjnych w kształtowaniu zrównoważonego rozwoju i gospodarki opartej na wiedzy* B. Poskrobko, ed., Białystok, p. 208.

<sup>3</sup>Kay, J., 1996. *Podstawy sukcesu firmy*, Warszawa: PWE, p. 154; Kowalski, A.M., 2010. Kooperacja w ramach klastrów jako czynnik zwiększania innowacyjności i konkurencyjności regionów. *Gospodarka Narodowa*, 5-6 (225-2(maj-czerwiec), pp.1-17, p. 8, 10; Gummesson, E., 2012. *Total Relationship Marketing*, Taylor & Francis, p. 190.

<sup>4</sup>Kowalski, A.M., 2010. Kooperacja w ramach klastrów ..., op.cit, p.10.

<sup>5</sup>Pavlovich, K., 2003. The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), pp.203-216, p. 203, 215.

<sup>6</sup>Kopera, S., 2011b. Rola samorządów lokalnych w budowaniu cyfrowego środowiska networkingu w regionach turystycznych. In *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 597, Ekonomiczne problemy usług nr 67*, „Drogi dochodzenia do społeczeństwa informacyjnego. Stan obecny, perspektywy rozwoju i ograniczenia”. Szczecin: Uniwersytet Szczeciński, pp. 540-547, p. 540, 541; Novelli, M., Schmitz, B. & Spencer, T., 2006. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), pp.1141-1152, p. 1151.

<sup>7</sup>Buhalis, D. & Law, R., 2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), pp.609-623, p. 619.

<sup>8</sup>Lazoi, M. et al., 2011. Collaboration In An Aerospace SMEs Cluster: Innovation And ICT Dynamics. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 08(03), pp.393-414, p. 399.

<sup>9</sup>Bauer, R. & Köszegi, S.T., 2003. Measuring The Degree Of Virtualization. *Electronic Journal of Organizational Virtualness*, 5(2), p. 29.

<sup>10</sup>Kohtamäki, M. et al., 2012. Enabling relationship structures and relationship performance improvement: The moderating role of relational capital. *Industrial Marketing Management*, 41(8), pp.1298-1309, p. 1299, 1301.

platforms are very important as far as networking is concerned, because they facilitate and intensify relationships between organizations<sup>11</sup>.

The digital (or electronic) platform should be understood here more as a virtual infospace created by different information and telecommunication technologies rather than a single IT instrument. Such electronic platforms in tourism emerge as a result of activities of all tourist market actors, so: business, administration, economic tourist self-governments but also customers. Due to the rise and development of the age of prosumption the last ones are playing more and more active and important role in the process of creating value they pay for<sup>12</sup>. In the digital dimension this process is boosted by the intensive development of social software that facilitates content creation and publication on the Internet by customers. However, considering the profile of this paper, the most important actors co-creating digital platforms are (mostly) the shapers of the supply side of tourist markets: business, local administration and economic tourist self-governments. Those organizations use different information and communication technologies, which in technological dimension constitute electronic platforms that build digital environment for networking development.

### **Methodology Used**

The problems of building electronic cooperation platforms by business, administration and economic tourist self-governments for creation of e-environment supporting networking in tourism industry were the subject of research project "Entrepreneurship in knowledge based tourist economy" realized by Department of Management in Tourism at Jagiellonian University. One of the goals of that project was creating methodology for diagnosing knowledge based tourist economy; one of its elements was to be a model, that could be applied for identification of the sources of competitive advantage of Polish tourist companies, cities and regions as well as opportunities and threats for increase/decrease of competitiveness of Poland on the global tourism market. In course of work on this model 27 internal and external factors leveraging competitiveness of small and medium tourism enterprises were identified. They were then grouped into 8 areas:

Cooperation of business, local administration, economic tourist self-governments and local community for the sake of tourism development,

1. Activity of local administration and economic tourist self-governments in creation of environment for development of tourist enterprises,
2. Co-creation by local administration, business and economic tourist self-governments of the local strategy for tourism development,
3. Access to highly qualified and competent staff on local market,
4. Access to external sources of financing,
5. Innovativeness,
6. Knowledge management,
7. Application of information technologies.

Areas 1 to 5 covered external and 6 to 8 internal competitiveness levers.

Then the list of identified factors constituted the basis for a questionnaire. Using this questionnaire 74 Polish hotels, catering firms and travel agencies (mostly micro and

---

<sup>11</sup>Rosenfeld, S.A., 1997. Bringing business clusters into the mainstream of economic development. *European Planning Studies*, 5(1), p. 3-23, p. 9.

<sup>12</sup>Tapscott, D., 1998. *Gospodarka cyfrowa. Nadzieje i niepokoje Ery Świadomości Systemowej*, Warszawa: Business Press, p. 84.

small ones) were examined. Respondents (managers of examined companies) using Likert scale evaluated the level of development of all 27 factors shaping internal and external levers of competitiveness in their enterprises, as well as dynamics of those factors in the course of the period of 3 years preceding the research.

Based on the collected results the level of competency gap (for internal competitiveness levers) and environment inertia (for external competitiveness levers) were identified. Then statistics was applied to described the results and find interdependencies and correlations between individual factors and their groups.

## Objectives

The presented paper has 3 basic objectives. The first one is to present the state of development of digital platforms supporting building of the virtual environment for the sake of cooperation of three groups of participants of electronic markets: business organizations, local administration and economic tourist self-governments. The second objective is to formulate recommendations for the supply side tourist market players considering the subject area. The last one is to propose some directions for further research in that area.

The objectives determine the perspective for choosing and analyzing data. A discussion in the paper will concentrate on IT support for external aspects of small and medium tourist enterprises' activity. Data on this issue were collected within the area 'Application of information technologies'. Remaining data will be extracted from the area 'Activity of local administration and economic tourist self-governments in creation of environment for development of tourist enterprises', and – partly – from the area 'Co-creation by local administration, business and economic tourist self-governments of the local strategy for tourism development'.

## Research results

Digital support for networking among tourism enterprises is usually provided in a form of a complex infostructure<sup>13</sup>, consisting of heterogeneous solutions being implemented by varied local stakeholders. All of them set an electronic platform on which networking between organizations in tourism regions may take place and evolve. The analysis will begin from the most represented group of organizations: tourism enterprises, which implement various IT to set and maintain their linkages with the external entities. The application of digital solutions "plugs" a tourism enterprise into an external infostructure, supporting 3 basic functions: communication, building relationships and realization of business transactions<sup>14</sup>.

According to the collected data the competence gaps of researched enterprises were generally very low (fig. 1). The biggest one regarded support for business transactions. It shouldn't be surprise to anyone, as this functionality is the most demanding of all three. Effective and efficient digital support for business transactions is the most technologically advanced, expensive and often requires an expert knowledge, which is usually not enough

---

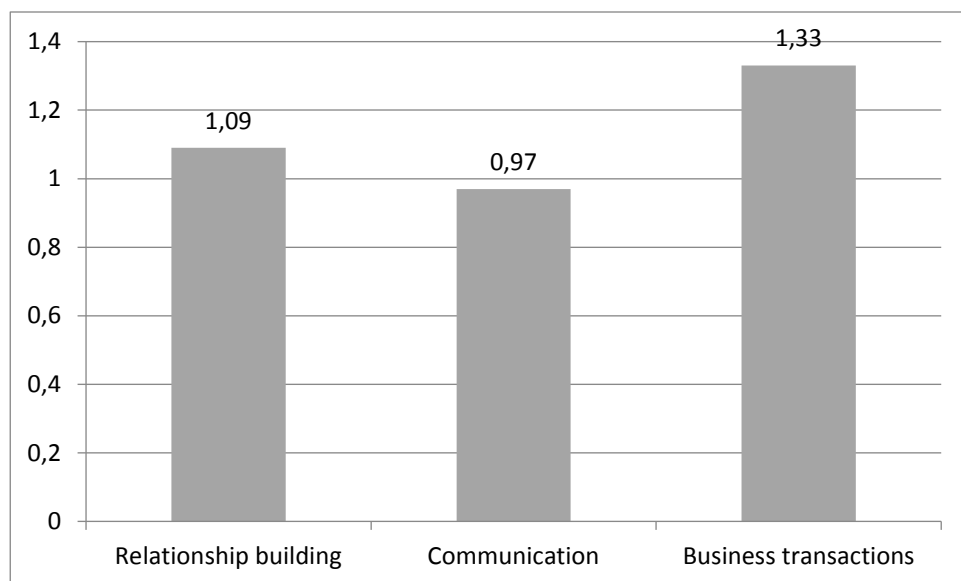
<sup>13</sup>Buhalis, D., 2003. *eTourism. Information technology for strategic tourism management*, Prentice Hall, p. 347.

<sup>14</sup>In the recent study this set has been extended by another aspect: cooperation and co-creation Kopera, S., 2014. Zastosowanie zaawansowanej technologii informacyjnej. In M. Bednarczyk & M. Najda-Janoszka, eds. *Innowacje w turystyce*. Warszawa: CeDeWu, pp. 145–179, p.159.

represented in tourism enterprises<sup>15</sup>. The result is that many types of transactions – electronic payments, booking – in dominating micro and small tourism firms are still not enough digitalized and automated. Slightly better is the situation regarding electronic support for building external relationships and communication.

Analyzing those relatively positive results one should not become overoptimistic. A pure fact of application of digital solutions says usually nothing of the utilization quality, which is the key to effective and efficient networking with the external partners. Many available research conducted in tourism sector says that this quality – due to organizational and environmental factors<sup>16</sup> – is often lagging behind. It means that there is still an important space for improvement as far as the application and utilization of company’s external infostructure is concerned.

Fig. 1. Competence gap regarding application of IT to support different aspects of external infospace<sup>17</sup>



In this context worth noticing is the fact, that the researched group had made quite a progress in the analyzed field over three years preceding research (fig. 2). Analogically to the “static” results presented above, the best results achieved communication aspects of tourism enterprises’ external infospace. The least dynamic changes were observed with regard to automation and support for business transactions, and the explanation here would

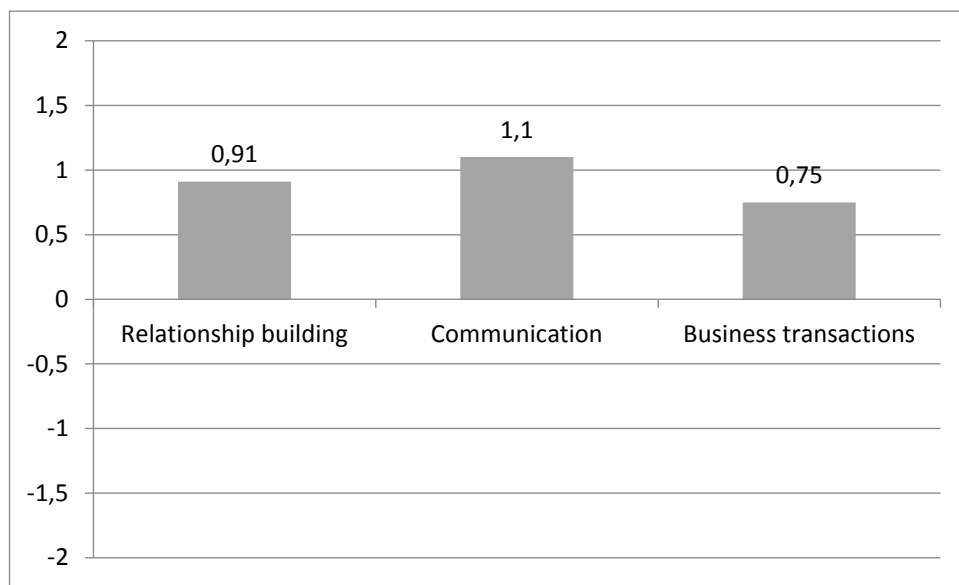
<sup>15</sup>Najda-Janoszka, M. & Kopera, S., 2014. Exploring barriers to innovation in tourism industry – the case of southern region of Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, pp.190–201, p. 193.

<sup>16</sup>Ibidem.

<sup>17</sup>To capture competence gap and (later) inertia the 5 point scale has been applied: 1 – very low level of inertia/gap, 3 – mean level, 5 very high level.

be the same as in the case of the static observation. However slow this improvement was in each and every functional field it remains an optimistic sign of a steady, progressive trend.

Fig. 2. Changes of competence gap regarding application of IT to support different aspects of external infospace<sup>18</sup>

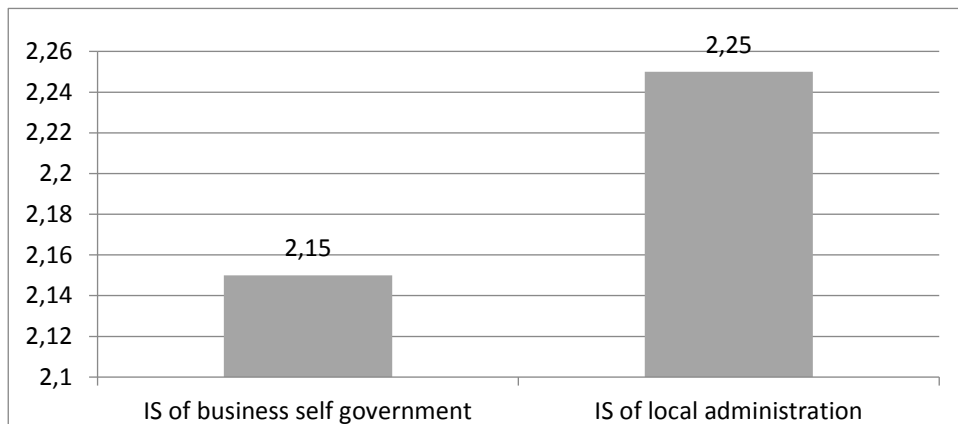


Important contribution to the shape of digital platforms supporting networking in tourism regions originates from activities of business self-government, and local administration. The latter plays in Polish conditions a role of destination management organizations. By developing information systems on their part they create an environment for development of tourism enterprises and their cooperation in tourism regions. For this reason our research covered also activity of both types of institutions as far as this activity is concerned, by asking tourism entrepreneurs how they appraise the influence of institutional infostructure on the local business development conditions. The collected results present static and dynamic picture of the related inertia<sup>19</sup>.

<sup>18</sup>For dynamics the scale was centered in '0' – no changes, -2 – significant deterioration, +2 – significant improvement.

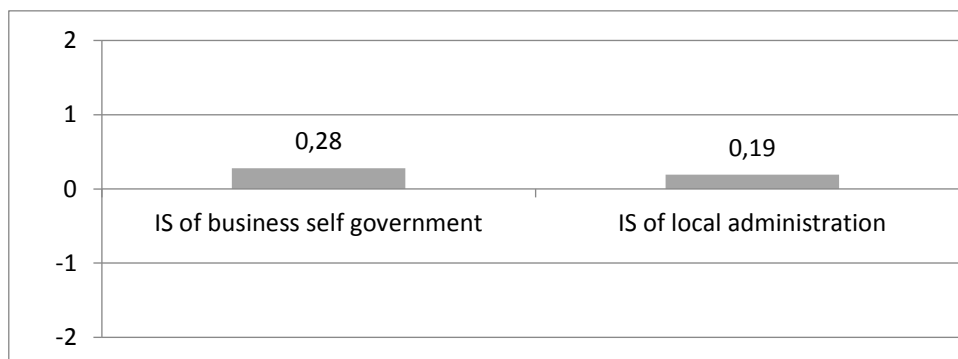
<sup>19</sup>Inertia for external institutions is the analog to competence gap captured on the business side.

Fig. 3 Inertia regarding influence of IS utilized by business self-government and local administration on local conditions for business development



The contribution of institutional infostructure to the shape of local tourism business development conditions is quite high, and leveled what is reflected in relatively low level of inertia (fig. 3). It means that tourism entrepreneurs recognize the value coming from the activities of both types of institutions in IT realm, although they appraise it lower than their own activities in external digital space. The deeper analysis of those types of institutional activities and the efforts of business regarding development of their external infostructure (presented above) indicate some correlations. In particular higher level of influence of information systems developed by business self-government is accompanied by higher level of IT support for communication and building relationships at business side. Similar regularity could be observed with regard to the dynamics of those phenomena, however dynamics on institutional side was generally lower than on the business one (fig. 4). The causal relation is difficult to ascertain unequivocally but the existing correlation suggests that both processes – originating on institutional and business sides – meet in the local tourism space and interact creating positive results, although the nature of this interaction still remains unknown and requires further investigation.

Fig. 4. How the situation improved over 3 years preceding research?





## Conclusions

Communication is the best IT supported dimension of the external infospace of tourism enterprises. Its' changes are relatively fastest of all, what is probably caused by the popularity of communication solutions used in every area of the emerging information society. However, the effectiveness of their business utilization is quite low, what is caused mainly by the lack of knowledge and competencies in both: effectiveness of digital and business communication as well.

The transactional aspect of the digital platforms on tourist markets are the worst supported area of the external infospace. What is more, it changes at the lowest pace. Those characteristics should be attributed to the technical difficulty of transaction automation activities, and their high costs. This is also determined by the low level of technical knowledge among tourist enterprises' managers and employees. Inability of analysis of the advantages implied by the application of such solutions is the single most important factor in reducing/blocking the activity in their development.

The influence of advanced information systems utilized by local administration and business self-government on creation of conditions for tourist enterprises development is quite low, and the dynamics of changes of that factors is rather mean. Both results are lower than of any other factor referring to business-side IT investments. The mean correlations between this kind of IT utilization by market institutions (administration and self-government) and the level and dynamics of the chosen business investment factors has been identified, as well as the possible causal relations. The mentioned systems should create an important part of the local digital platforms, and encourage enterprises to develop their parts as well. However it requires more attention to be put to development of information systems used by the administration and self-government institutions both in terms of systems' scope as well as implementation quality.

Tourism business self-governments as well as public administration in Poland are responsible for sustainability and competitiveness of the Polish tourism sector within their regions, what – to great extent – is related to development of regional networking infostructure. One should remember, that the typical tourism enterprise in Europe employs less than 10 people<sup>20</sup>, and this is valid also for Polish firms. Such companies have usually neither financial resources to actively contribute to a development of the regional tourism infostructure, nor knowledge how to do it. Thus it is a classic example of a digital divide on organizational level. In the context of a contemporary economy, which is digital by nature, tourism firms experiencing this problem suffer from technological illiteracy what results in competitive deterioration and marginalization of those weakest enterprises in tourism regions. What is more: just like individuals touched by digital divide, also firms are unable to solve this problem on their own and get out of the vicious cycle of knowledge gap and technological exclusion. They require external help, and the most predestined entities to help are local administration that manage tourism destinations in Poland and business self-government bodies. They should actively contribute to development of regional networking infrastructure as well as knowledge on the effective use of accessible IT. What is more: local administration, playing the role of a regional tourism product integrator, should also support weaker entities by providing an easy and accessible infostructural connection to the regional network enabling them to participate in regional product creation and distribution.

---

<sup>20</sup>ECORYS, 2009. *Study on the Competitiveness of the EU tourism industry*.

All those issues pose a major challenge to both: local administration and business self-government bodies in Poland. How they cope with it will significantly influence sustainable development of tourism regions and their competitiveness on increasingly demanding tourism market.

#### Bibliography

1. Bauer, R. & Köszegi, S.T., 2003. MEASURING THE DEGREE OF VIRTUALIZATION. *Electronic Journal of Organizational Virtualness*, 5(2).
2. Buhalis, D., 2003. *eTourism. Information technology for strategic tourism management*, Prentice Hall.
3. Buhalis, D. & Law, R., 2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), pp.609–623.
4. ECORYS, 2009. *Study on the Competitiveness of the EU tourism industry*.
5. Gummesson, E., 2012. *Total Relationship Marketing*, Taylor & Francis.
6. Kay, J., 1996. *Podstawy sukcesu firmy*, Warszawa: PWE.
7. Kohtamäki, M. et al., 2012. Enabling relationship structures and relationship performance improvement: The moderating role of relational capital. *Industrial Marketing Management*, 41(8), pp.1298–1309.
8. Kopera, S., 2011a. Kierunki wykorzystania technologii informacyjnej w przedsiębiorstwach turystycznych. In M. Bednarczyk, ed. *Zarządzanie konkurencyjnością biznesu turystycznego w regionach*. Warszawa, pp. 125–166.
9. Kopera, S., 2011b. Rola samorządów lokalnych w budowaniu cyfrowego środowiska networkingu w regionach turystycznych. In *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 597, Ekonomiczne problemy usług nr 67, „Drogi dochodzenia do społeczeństwa informacyjnego. Stan obecny, perspektywy rozwoju i ograniczenia”*. Szczecin: Uniwersytet Szczeciński, pp. 540–547.
10. Kopera, S., 2014. Zastosowanie zaawansowanej technologii informacyjnej. In M. Bednarczyk & M. Najda-Janoszka, eds. *Innowacje w turystyce*. Warszawa: CeDeWu, pp. 145–179.
11. Kowalski, A.M., 2010. Kooperacja w ramach klastrów jako czynnik zwiększania innowacyjności i konkurencyjności regionów. *Gospodarka Narodowa*, 5-6 (225-2)(maj-czerwiec), pp.1–17.
12. Lazoi, M., Ceci, F., Corallo, A. Secundo, G., 2011. Collaboration In An Aerospace SMEs Cluster: Innovation And ICT Dynamics. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 08(03), pp.393–414.
13. Lewandowski, J. & Kopera, S., 2009. In: B. Poskrobko, ed., *Rola nowoczesnych systemów informacyjnych w kształtowaniu zrównoważonego rozwoju i gospodarki opartej na wiedzy*, Białystok.
14. Najda-Janoszka, M. & Kopera, S., 2014. Exploring barriers to innovation in tourism industry – the case of southern region of Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, pp.190–201. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.862>.
15. Novelli, M., Schmitz, B. & Spencer, T., 2006. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), pp.1141–1152.
16. Pavlovich, K., 2003. The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), pp.203–216.
17. Rosenfeld, S.A., 1997. Bringing business clusters into the mainstream of economic development. *European Planning Studies*, 5(1), p. 3-23.
18. Tapscott, D., 1998. *Gospodarka cyfrowa. Nadzieje i niepokoje Ery Świadomości Systemowej*, Warszawa: Business Press.



**Katarzyna Kosior**

*Dr, Tischner European University in Kraków*

## **BIG DATA W ANALIZIE POLITYK PUBLICZNYCH**

### **BIG DATA IN PUBLIC POLICY ANALYSIS**

#### **Abstract**

The exponential growth of technological advances, the global use of the Internet and mobile devices and the growing popularity of social media in the world have all contributed to the emergence of vast amounts of information and data that can be accessed and used to support management and decision-making in various areas. These data are commonly referred to as “big data” because of their volume, velocity, variety and value. They appear in great quantities, with huge speed, in various formats and places, both as structured and unstructured data. They also create value as long as adequate technologies and techniques for data storage, distribution, management and analysis are in place.

The promise of providing new sources for informed decisions has stirred up a real enthusiasm for big data. It is believed that big data will revolutionise our lives, work and thinking. Indeed, the interest of various companies and businesses in data sciences, data analytics, predictive analytics and business intelligence systems has considerably risen in recent years. With transforming raw data into useful information data science technologies are simply seen as an additional tool for productivity increases and profit maximization of a firm.

The enthusiasm for big data has been also noticeable in the public sector, but to a lesser extent. Because the public sector is not driven by profit maximisation it generally lags behind the private sector when it comes to the use of technological advances. Nonetheless, big data have already entered the policy sciences and public management practices in individual countries, e.g. to predict hot spots of crime or to predict and prevent the spread of infectious diseases. Still, however, policy research using big data is a relatively novel phenomenon. It also faces serious barriers, related e.g. to uneven access to data, data property issues or the privacy and anonymity of data produced by individuals in the Internet.

**Keywords:** big data, public policy, evidence-based policy

*Data are widely available, what is scarce is the ability to extract wisdom from them.*

Hal Varian,  
główny ekonomista Google, 2010

## Wprowadzenie

Gwałtowny rozwój technologii informatycznych, globalny zasięg Internetu i urządzeń mobilnych oraz rosnąca popularność mediów społecznościowych na świecie doprowadziły do pojawienia się ogromnych ilości informacji i danych, które wykorzystywane są do wspierania procesów decyzyjnych w różnych obszarach. Ze względu na swój rozmiar, szybkość, zróżnicowanie oraz potencjalnie dużą wartość, dane te określane są mianem big data. Cyfrowe zapisy aktywności człowieka w sieci, dane dotyczące funkcjonowania gospodarki czy dane z czujników znajdujących się w rozmaitych urządzeniach pojawiają się w różnych formatach i miejscach, zarówno jako dane ustrukturyzowane i nieustrukturyzowane. Jako takie mogą tworzyć wartość, o ile zapewnione są odpowiednie technologie i techniki ich gromadzenia, przechowywania, przetwarzania i analizy.

Perspektywa pozyskiwania nowych informacji, pozwalających na podejmowanie trafniejszych decyzji, wywołała prawdziwy entuzjazm na rzecz big data. Badacze tematu wskazują, że wielkie zbiory danych są w stanie zrewolucjonizować nasze życie, pracę i sposób myślenia [Mayer-Schönberger i Cukier, 2013]. Istotnie, w ostatnich latach zainteresowanie nauką o danych (data sciences) - nową dyscypliną łączącą informatykę, matematykę i statystykę, analityką danych, analityką predykcyjną i systemami *business intelligence* istotnie wzrosło. Technologie data sciences, dzięki przekształcaniu surowych danych w użyteczne informacje, są postrzegane jako dodatkowe narzędzia zwiększania efektywności i maksymalizowania zysków firmy. Entuzjazm zwolenników big data rozciąga się jednak na całe systemy społeczno-gospodarcze. Zdaniem niektórych obecnie obserwowany „zalew” danych (*data deluge*, *data tsunami*) będzie kolejnym w historii ludzkości okresem przełomu, który pchnie gospodarkę na tory innowacyjności, konkurencyjności i produktywności.

Zainteresowanie tematem wielkich zbiorów danych widoczne jest również w sektorze publicznym. Mimo wszystko jest ono wyraźnie mniejsze niż w sektorze prywatnym. Rządy i instytucje sektora publicznego cele związane z maksymalizacją zysków i korzyści oraz z podnoszeniem efektywności realizują w warunkach ograniczeń instytucjonalnych oraz w konkretnym kontekście społecznym i politycznym, który niekiedy uniemożliwia podejmowanie decyzji najbardziej racjonalnych i optymalnych w sensie ekonomicznym. Dodatkowo, pierwsze doświadczenia projektów big data w administracji publicznej w Stanach Zjednoczonych wskazują, że temat jest politycznie wrażliwy i może budzić opór społeczny [Desouza, 2014]. W rezultacie, choć potencjał big data w zakresie tworzenia innowacji w sektorze publicznym, poprawy jakości życia obywateli czy generowania oszczędności w wydatkowaniu środków publicznych podkreślany jest w wielu pracach naukowych, tylko nieliczne państwa i rządy na świecie podjęły realne działania mające na celu wprowadzenie analityki wielkich zbiorów danych do praktyki życia społecznego i politycznego. Chętniej i częściej projekty big data realizują władze lokalne i

miasta zainteresowane poprawą funkcjonowania systemów infrastruktury miejskiej. W obu jednak przypadkach problemem jest, obok wskazanych wyżej ograniczeń, wolniejsze tempo adaptacji instytucji sektora publicznego do nowych technologii i wymogów ery cyfrowej.

Celem opracowania jest omówienie i ocena możliwości, jakie związane są z wykorzystaniem wielkich zbiorów danych w sektorze publicznym. W szczególności analizowane będą możliwy zakres i sposoby wykorzystania big data w analizach polityk publicznych oraz związane z tym korzyści dla państwa i obywateli. Opracowanie naświetli ponadto główne wyzwania, bariery i zagrożenia związane z analityką wielkich zbiorów danych. Wskazane tematy zyskują dużą popularność w mediach, jednak dyskusja naukowa im poświęcona wciąż znajduje się na początkowym etapie. Podejmowana w rozdziale próba usystematyzowania zastosowań big data w analizach polityk publicznych, w tym wskazanie potencjału wielkich danych w ocenach tworzenia, wdrażania i ewaluacji polityk publicznych, ma na celu uświadomienie potrzeby dostosowania dotychczasowych podejść, narzędzi i technik badania. Opracowanie ma także zwrócić uwagę na potrzebę wykształcenia nowych kadr analityków i badaczy, którzy będą potrafili wydobyć wartość z szybko napływających i rozrastających się strumieni danych cyfrowych.

Struktura opracowania jest następująca. W pierwszej części zaprezentowane jest dominujące obecnie podejście do analiz polityk publicznych. Kolejna część prezentuje definicje i pojęcia związane ze zjawiskiem big data, w tym również specyfikę analiz wykorzystujących wielkie zbiory danych. W trzeciej części znajdują się rozważania na temat możliwości włączenia wielkich danych do analiz polityk publicznych. Uwzględnione są korzyści dla społeczeństwa, a także główne bariery i zagrożenia związane z wykorzystywaniem big data. W ostatniej części znajdują się wnioski i podsumowanie.

### **Polityka oparta na dowodach (*evidence-based policy*)**

Dominujące obecnie podejście do analiz polityk publicznych jest pochodną przyjętego w latach 90. ubiegłego wieku paradygmatu nowego zarządzania publicznego (*New Public Management*), postulującego przeniesienie metod i technik zarządzania stosowanych w sektorze prywatnym do sektora publicznego. Zgodnie z koncepcją, organizacje sektora publicznego mają podejmować działania skoncentrowane na rezultatach, dążyć do zwiększania efektywności programów i polityk publicznych oraz jakości świadczonych usług. Przyjęte wartości siłą rzeczy określają zatem perspektywę oceny polityk publicznych, skłaniając do przyjęcia określonych kryteriów i metod badania. Nacisk w analizach na oceny skuteczności i efektywności działań podejmowanych przez instytucje państwa doprowadził do przyjęcia koncepcji polityk publicznych opartych na dowodach (*evidence-based policies*) oraz związanej z nią koncepcji programów publicznych opartych na wynikach (*performance-based programmes*) [Head, 2008].

Zwrot w tę stronę, inspirowany podobnym zwrotem w naukach medycznych (*evidence-based medicine*), doprowadził do zwiększonego zainteresowania pełniejszym wykorzystaniem danych, w tym danych pochodzących z wcześniej przeprowadzonych badań naukowych. Zwiększył również popularność i zapotrzebowanie na analizy monitorujące i ewaluujące działania i interwencje podejmowane przez państwo i jego agendy. Obecnie większość rozwiniętych państw świata, w tym także niektóre organizacje międzynarodowe (OECD, Bank Światowy, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, UE), deklaruje stosowanie zasady polityk i działań opartych na dowodach. Ambicją niektórych rządów (szczególnie USA, Australii i Wielkiej Brytanii) jest kierowanie się w procesie

podejmowania decyzji dotyczących realizowanych polityk i programów publicznych wyłącznie dowodami.

Gromadzenie dowodów z różnych źródeł może pomóc w analizie całego cyklu funkcjonowania polityk publicznych (*policy cycle*). Zgodnie z klasyfikacją przedstawioną przez Dunna [2015] tego typu analizy obejmują:

- określenie problemów decyzyjnych (*policy problems*);
- przewidywanie oczekiwanych skutków polityki;
- zalecanie preferowanych polityk;
- monitorowanie obserwowanych skutków i wyników realizowanych polityk;
- ewaluacja funkcjonowania polityki.

W debatach poświęconych politykom opartym na dowodach szczególnie często poruszane są kwestie dotyczące określania problemów, metod zbierania i oceny dowodów, komunikowania i przekazywania wiedzy decydentom, ewaluacji efektywności wdrażania oraz realizacji programów w ramach i w kontekście złożonych polityk publicznych [Productivity Commission 2010a]. Do podstawowych pytań, które stawiają sobie analitycy polityk publicznych zaliczane są pytania nie tylko o to, co działa, ale również o to, jak to działa, w jakim środowisku i kontekście, jakie koszty i korzyści związane są z realizacją określonych programów, kto na nich zyskuje, a kto traci. Badacze posiłkują się różnymi typami dowodów (Rys. 1).

Rys. 1. Rodzaje dowodów w analizach polityk publicznych oraz towarzyszące im metody



Źródło: Opracowanie na podstawie Productivity Commission [2010b], s. 4.

Ugruntowaną i długą tradycję w analizach polityk publicznych mają badania ilościowe. Organizacje międzynarodowe i wyspecjalizowane agencje rządowe w państwach rozwiniętych w sposób systematyczny gromadzą ogromne ilości danych, które wykorzystywane są następnie w procesie analizy i ewaluacji polityk publicznych. Oficjalne statystyki i dane ilościowe stanowią główne źródło informacji w analizach polityk gospodarczych (np. makroekonomicznej) czy społecznych (np. rodzinnej). Wykorzystywane są przy tym różne metody i techniki badania. Dominują bez wątpienia badania wykorzystujące metodę analizy kosztów i korzyści. Metoda ta, znana od ponad 150 lat, powszechnie postrzegana jest jako narzędzie poszukiwania wzrostu efektywności projektów i polityk publicznych [Surdej, 2008, s. 109].

W ocenie polityk publicznych zastosowanie znajdują również badania jakościowe. Ich celem jest dogłębne zrozumienie analizowanych problemów i zjawisk społecznych. Badacze wykorzystujący metody jakościowe nie są zainteresowani agregowaniem danych czy gromadzeniem numerycznych uzasadnień dla formułowanych spostrzeżeń i wniosków. Istotne jest dla nich poznanie i zrozumienie procesów na poziomie jednostkowym lub grupowym [Trutkowski 2008, s. 129]. W badaniach jakościowych najczęściej wykorzystywane są studia przypadków (opis jednego przypadku lub serii przypadków), badania obserwacyjne i wywiady. Dobór konkretnej metody uzależniony jest od postawionego problemu badawczego. Jak jednak zauważa Trutkowski [2008, s. 135], badania jakościowe – nawet jeśli ich zastosowanie uzasadnione jest charakterem problemu badawczego – cieszą się znacznie mniejszym uznaniem decydentów niż metody ilościowe. Formułowane są nawet oczekiwania, by wyniki badań jakościowych prezentowane były z wykorzystaniem konwencjonalnych metod statystycznych.

W hierarchii ważności dowodów niżej od dowodów o charakterze ilościowym i jakościowym znajdują się dowody opisowe, np. opinie ekspertów na temat funkcjonowania określonych programów czy relacje jednostek, które zaangażowane były we wdrażanie programu lub same objęte były jego działaniem. Dane te, pomimo że mają mniejszą rangę, mogą jednak okazać się przydatne w sytuacji, gdy dowody zebrane w trakcie procesu badawczego, realizowanego metodami jakościowymi lub ilościowymi, nie pozwalają wyciągnąć spójnych wniosków.

Kolejny rodzaj dowodów – dowody pochodzące z eksperymentów – jest rzadszy, gdyż ich uzyskanie wymaga dużych nakładów finansowych i organizacyjnych. Równocześnie jednak są to jedne z najbardziej wartościowych dowodów dla analityków polityk publicznych. Podstawową metodą stosowaną w analizach zorientowanych na eksperymenty są randomizowane badania kontrolowane, w których brane są pod uwagę dwie grupy ludzi funkcjonujące w tych samych warunkach oraz poddane tym samym oddziaływaniom zewnętrznym, z wyjątkiem oddziaływania w postaci badanego programu czy badanej polityki. Zastosowana randomizacja (losowy dobór osób do grup) pozwala wyłonić grupy, które są do siebie podobne pod względem różnych cech i które w związku z tym można porównywać. Grupę eksperymentalną poddaje się oddziaływaniu programu lub polityki, by następnie uzyskane efekty porównać z wynikami zaobserwowanymi w grupie nieeksperymentalnej (kontrolnej). W ten sposób możliwe jest sprawdzenie, czy uzyskane wyniki są efektem oddziaływania samego programu lub polityki, a nie innych czynników, które w tym samym czasie oddziaływały na dwie badane grupy. Uważa się, że randomizowane badania kontrolowane są najbardziej rzetelną metodą oceny programów i projektów publicznych. Pozostałe metody obarczone są większym ryzykiem błędu i częściej prowadzą do odkrywania korelacji niż przyczynowości. Niektóre środowiska naukowe wskazują nawet, że w przypadku braku dowodów pochodzących z badań randomizowanych, inne dowody przemawiające za skutecznością i efektywnością danego programu czy polityki nie mogą zostać uznane za definitywne [Productivity Commission, 2010b].

Ostatnim rodzajem dowodów wykorzystywanych w analizie polityk publicznych są dowody pochodzące z wcześniej zrealizowanych badań. Pawson [2002] zauważa, że skupienie się na tego rodzaju dowodach pozwala przezwyciężyć niektóre trudności i ograniczenia związane z organizowaniem nowych badań poświęconych wybranemu problemowi. Cykl polityki jest bardziej dynamiczny i szybszy niż cykl badań naukowych. W rezultacie wyniki analiz przygotowane w określonym momencie czasu dla danej polityki



czy obszaru regulacji mogą być już nieaktualne. Z drugiej strony pomimo zmieniającego się kontekstu społecznego i nowych wyzwań, badania wcześniejsze mogą mieć określoną wartość dla rozwiązania bieżących problemów. Pozwalają też wyciągać wnioski i uczyć się na przykładach poprzednich sukcesów i porażek. W związku z tym postuluje się dokonywanie systematycznych przeglądów rezultatów wcześniej zrealizowanych badań. Zwolennicy tego podejścia stosują najczęściej systematyczne przeglądy literatury polegające na dokładnej analizie wyników i wniosków pochodzących z badań poświęconych tej samej lub pokrewnej dziedzinie i na tej podstawie dokonują syntezy. Stosowane są również metaanalizy i przeglądy narracyjne.

Bez względu na wybrane podejście metodologiczne oraz zastosowane metody gromadzenia dowodów, badania polityk publicznych prowadzone są zawsze w szerszym kontekście norm i wartości, które wpływają zarówno na samego badacza, jak i na sposób odbioru wyników przez niego uzyskanych. Modele stosowane przez badaczy społecznych stanowią zazwyczaj pewne uproszczone obrazy rzeczywistości. Same programy i polityki publiczne, będąc często przedmiotem gry politycznej i powodem ścierania się ze sobą różnych opcji politycznych, budzą duże emocje społeczne. Szczególne problemy pojawiają się w przypadku tematów kontrowersyjnych, zawiłych i trudnych do rozwiązania (*wicked problems*). W odróżnieniu więc od wyników badań uzyskiwanych w naukach przyrodniczych czy medycznych, wyniki analiz polityk publicznych są częściej podawane w wątpliwość, a nawet kontestowane. Nawet jeśli dowody pochodzą z różnych źródeł i są przy tym jednoznaczne, polityczne zobowiązania rządzących mogą sprawić, że niektóre polityki publiczne pozostaną całkowicie odporne na dane. Rozwiązania wskazywane jako najbardziej efektywne z punktu widzenia dobrobytu społecznego mogą nie uzyskać akceptacji specjalnych grup interesu lub osadzonych w systemie politycznym graczy wetem [Tsebelis 2002]. Realizację propozycji formułowanych na podstawie wyników badań mogą w końcu blokować doraźne interesy grup rządzących.

Badania prowadzone w nurcie ruchu polityki opartych na dowodach krytykowane są więc za niedostateczne uwzględnianie dynamiki politycznego procesu decyzyjnego. Wskazuje się też, że zbyt mało uwagi poświęcono dotąd na badanie współdziałania analiz polityk publicznych z politykami publicznymi *in vivo* [Oliver, Lorenc i Innvær, 2014, s. 6]. Zwraca się również uwagę na bariery natury organizacyjnej i indywidualnej na poziomie służby cywilnej, które mogą ograniczać możliwości podejmowania decyzji w oparciu o dowody [Newman, Cherney i Head 2016]. Z drugiej strony wciąż podkreślana jest potrzeba dostarczania wysokiej jakości dowodów oraz tworzenia kompleksowych baz wiedzy pozwalających proponować najlepsze możliwe rozwiązania dla sektora publicznego [Schorr i Farrow 2011].

Nowe technologie oraz metody gromadzenia i analizy danych, wytwarzanych w dużych ilościach w związku z eksplozją świata cyfrowego, oferują nowe możliwości, które mogą uzupełnić dotychczasowe metodologie i podejścia do analiz programów i polityk publicznych. Analityka danych internetowych pozwala uzyskiwać całkiem nowe informacje, przewidywać pojawienie się określonych problemów, a także identyfikować nieoczywiste oraz umykające tradycyjnym metodom badania związki i relacje. Można w związku z tym zastanawiać się, na ile technologie internetowe zmienią obszar analiz polityk publicznych i sposoby podejmowania decyzji w sektorze publicznym. Na ile zwiększą wykorzystanie dowodów w procesie projektowania, tworzenia i wdrażania polityk publicznych? Czy pozwolą lepiej zrozumieć polityczny kontekst i czynniki sukcesu lub porażki danego programu lub polityki? I w końcu, czy dane generowane przez maszyny

będą mniej kontestowane niż dane i dowody uzyskiwane przez człowieka w ramach konwencjonalnych badań społecznych? Kolejne części rozdziału poświęcone będą rozważaniom na temat wielkich zbiorów danych oraz możliwości ich wykorzystania w analizach polityk publicznych oraz szerzej w sektorze publicznym.

### Big Data

Termin big data został użyty po raz pierwszy w połowie lat 90. ubiegłego wieku przez Johna Masheya, emerytowanego głównego inżyniera w firmie Silicon Graphics, by opisać proces przetwarzania i analizy ogromnych zbiorów danych [Kitchin i McArdle, 2016, s. 1]. Koncepcję przypisuje się jednak Dougowi Laneyowi, który w 2001 roku opisał cechy charakterystyczne zjawiska, choć nie użył samego sformułowania big data [Laney 2001]. Laney opisał wielkie zbiory danych wskazując na ich trzy charakterystyczne cechy (3V): wielkość (*volume*), szybkość (*velocity*) i zróżnicowanie (*variety*). Choć nie ma jednej uzgodnionej definicji terminu big data, używa się go obecnie do określenia olbrzymich, zróżnicowanych i produkowanych z dużą szybkością danych cyfrowych, z którymi tradycyjne relacyjne bazy danych i techniki przetwarzania i analizowania sobie nie radzą.

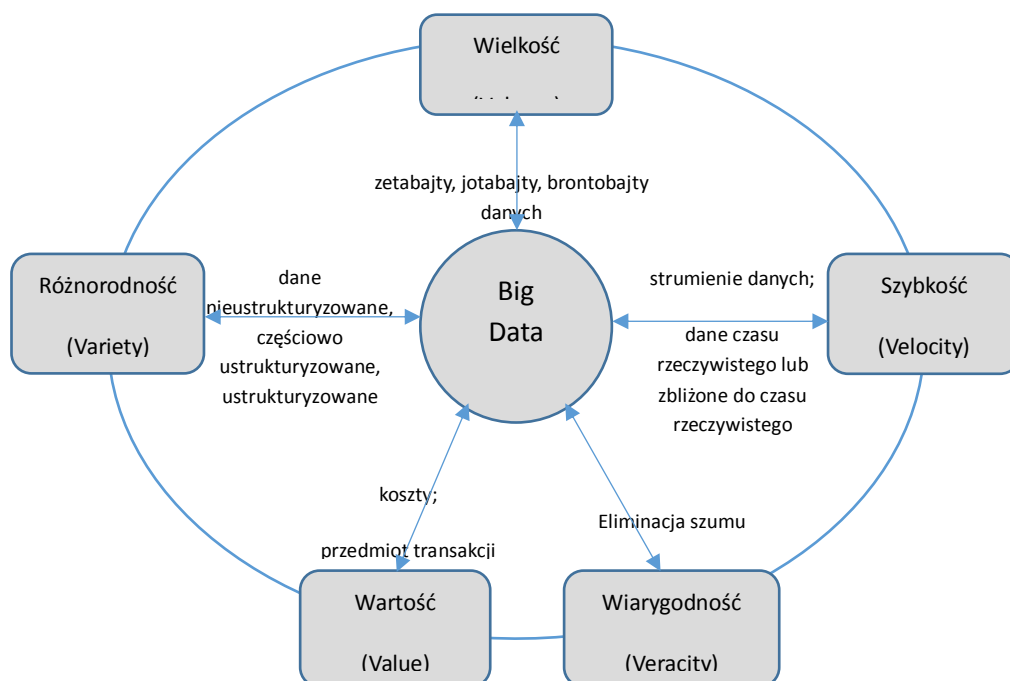
Szybki przyrost danych i informacji jest wynikiem gwałtownego rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Pojawienie się zjawiska big data związane jest rosnącą liczbą transakcji online, liczbą przesyłanych e-maili, plików tekstowych, plików wideo, obrazów, danych o „strumieniu kliknięć”, danych dotyczących logów, wyszukiwań w internecie, postów, komunikatów i wpisów w mediach społecznościowych, danych pochodzących z urządzeń mobilnych, czujników i systemów wbudowanych, ale także danych bardziej tradycyjnych, gromadzonych przez państwa i inne podmioty takich jak dane statystyczne, dane społeczno-gospodarcze czy dane naukowe [Sagioglu i Sinanc 2013]. Do generowania wielkich zbiorów danych nie we wszystkich przypadkach konieczna jest aktywność ludzka. Nowe technologie doprowadziły do gromadzenia i przekazywania informacji również między przedmiotami. W ramach tzw. Internetu Rzeczy (*Internet of Things*) za pośrednictwem sieci komputerowej komunikują się ze sobą smartfony, sieci czujników, inteligentne sprzęty domowe i inne urządzenia.

Zjawisko big data opisywane jest obecnie najczęściej za pomocą modelu 5V. Model ten jest rozszerzeniem charakterystyki Laneya z 2001 r. i uwzględnia takie właściwości big data jak:

- wielkość – każdego dnia generowane są olbrzymie ilości danych, co roku wielkie zbiory danych rosną o ok. 40%; ich skala szacowana jest w zetabajtach ( $\times 10^{21}$ ), a w nieodległej przyszłości szacowana będzie w jotabajtach ( $\times 10^{24}$ ) i brontobajtach ( $\times 10^{27}$ );
- szybkość – napływ danych, ich aktualizacja oraz analiza następują bardzo szybko, tylko dane przeanalizowane i wykorzystane w odpowiednim czasie mogą przynieść określoną wartość;
- różnorodność – oznacza różne typy danych: dane ustrukturyzowane, częściowo ustrukturyzowane i nieustrukturyzowane takie jak np. strony internetowe;
- wartość – z generowaniem, zbieraniem i analizowaniem danych związane są określone koszty (utrzymywanie baz i przechowywanie danych), dane mogą być jednak „towarem” sprzedawanym innym podmiotom w celu osiągnięcia zysku, co istotne, w przeciwieństwie do rzeczy materialnych, w przypadku danych nie dochodzi do zmniejszenia ich wartości po tym, jak zostaną zużyte, mogą być przetwarzane raz za razem, choć istnieje granica ich przydatności [Mayer-Schoenberger i Cukier 2013, ss. 141-149];

- wiarygodność – w przypadku wielkich zbiorów danych problemem jest ich trafność, konieczne jest wyeliminowanie szumu (zakłóceń) za pomocą odpowiednich metod. Celem jest zapewnienie jakości danych oraz uzyskanie pewności, że decyzje podejmowane na podstawie zebranych danych będą trafne i efektywne [Rodríguez-Mazahua i in., 2015, ss. 2-3].

Rys.2. Model 5V definiujący zjawisko Big Data



Źródło: Rodríguez-Mazahua i in., 2015, s. 2.

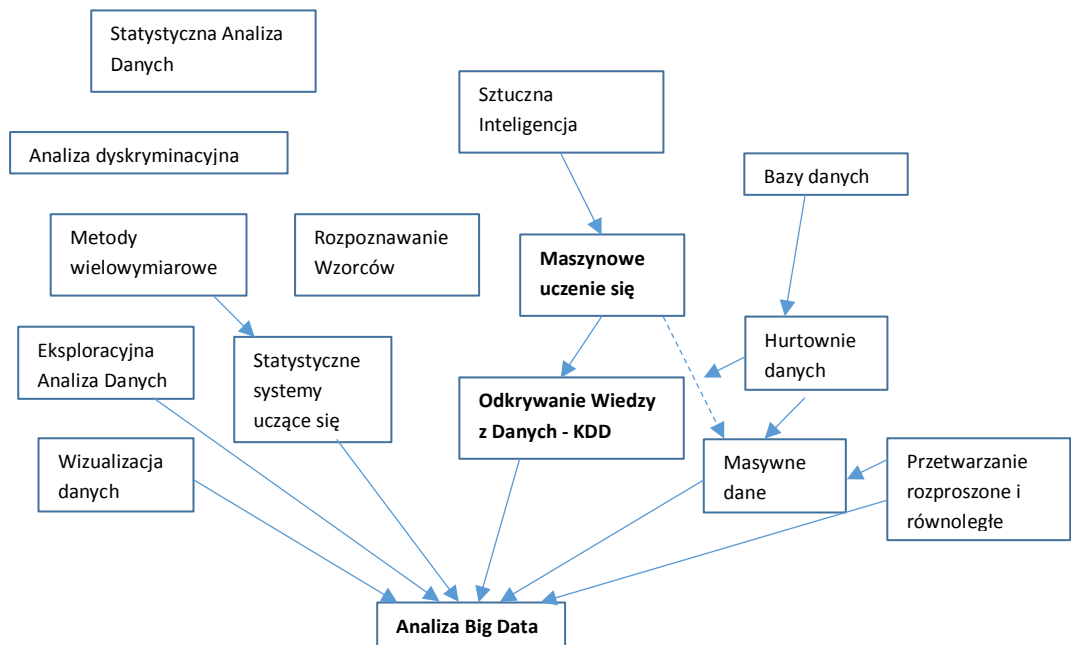
Szacuje się, że do 2020 roku wielkie zbiory danych osiągną wielkość 44 zetabajtów (44 trylionów gigabajtów) [The Digital Universe, 2016]. Zgodnie z prognozami wartość rynku big data wrośnie z poziomu z 5.1 mld USD w 2011 roku do 53.7 mld USD w 2017 roku [Kejariwal, Kulkarni i Ramasamy, 2015, s. 2040]. Wielkie dane same w sobie nie mają jednak wartości dopóki nie nastąpi proces ich przetworzenia, analizy i interpretacji. Są też najczęściej nieuporządkowane i rozmieszczone na bardzo dużej liczbie serwerów na całym świecie, co może utrudniać ich wykorzystanie [Mayer-Schoenberger i Cukier, 2013]. Dodatkowo nie wszystkie dane cyfrowe nadają się do wykorzystania. W 2013 roku tylko 22% informacji ze świata cyfrowego mogło być przedmiotem analizy, w rzeczywistości przeanalizowano mniej niż 5% [Turner 2014]. Zgodnie z szacunkami odsetek danych nadających się do analizy może jednak wzrosnąć w 2020 roku do ponad 35%, głównie ze względu na wzrost danych pochodzących z systemów wbudowanych [Turner 2014].

W związku z ciągłym napływem dużych wolumenów danych konieczne jest stosowanie nowych rozwiązań technologicznych oraz nowych technik analizy, wykorzystujących zaawansowane algorytmy. Stosowane algorytmy powinny pozwalać więc na szybkie analizowanie informacji i wyciąganie wniosków w tym samym momencie,

w którym pojawiają się nowe dane lub gdy następuje zmiana w bazach danych. Po drugie, algorytmy powinny być skalowalne, tj. powinny zachowywać swoje możliwości obliczeniowe przy rosnącej liczbie informacji do przeanalizowania. Oczekuje się również, że analityka big data wykorzystywać będzie wizualizacje w 2D lub 3D, tak by możliwa była graficzna interpretacja danych ułatwiająca wydobywanie cennych informacji [Tabakow, Korczak i Franczyk, 2014, s. 146].

Metody i techniki stosowane w analizie big data obejmują metody statystycznej analizy danych oraz metody wykorzystujące sztuczną inteligencję. Z analityką wielkich zbiorów danych związane są pojęcia maszynowego uczenia się (konstruowanie systemów potrafiących doskonalić się na podstawie uogólniania doświadczenia na podstawie uzyskiwanych danych) oraz odkrywania wiedzy z danych (KDD – *Knowledge Discovery from Data*) [Koronacki i Stefanowski, 2016]. Proces odkrywania wiedzy z danych opisuje czynności, które są niezbędne do wykonania, aby możliwe było uzyskanie nowej i potencjalnie użytecznej wiedzy z rozbudowanych baz danych. Proces ten ma charakter interdyscyplinarny i wymaga kompetencji informatycznych, statystycznych, w zakresie wizualizacji danych oraz dziedzinowych z obszaru, który jest przedmiotem badania. Powiązania między różnymi obszarami i metodami w analizach big data prezentuje poniższy rysunek.

Rys. 3. Powiązania dziedzin w analizach big data



Źródło: Koronacki i Stefanowski, 2016.

Metody statystyczne stosowane są do odkrywania zależności między zmiennymi (np. wielowymiarowe analizy wariancji), także do określania prawdopodobieństwa zależności przyczynowej między zmiennymi. Istotne jest też stosowanie technik pozwalających na eliminowanie błędów statystycznych (wyników fałszywie dodatnich lub

falszywie ujemnych). W maszynowym uczeniu się, w kontekście wielkich zbiorów danych, dochodzi do przekształcania danych obserwowalnych w model, który pozwala przewidywać i wyjaśniać dane jeszcze niewidoczne. Odkrywanie istotnych wzorców z olbrzymich ilości danych oraz przewidywanie możliwe jest również dzięki eksploracji danych (data mining), która łączy statystykę i reguły maszynowego uczenia się. Dzięki tym metodom rozwija się dynamicznie obszar analityki predykcyjnej, która pozwala na osiągnięcie wymiernych korzyści w wielu różnych obszarach (np. dzięki systemom rekomendacyjnym pozwalającym na zwiększenie sprzedaży w sklepach internetowych) [Rodríguez-Mazahua, i in., 2015].

Wykorzystanie potencjału wielkich zbiorów danych wymaga odpowiedniej architektury informatycznej. W analizach big data opartych na przetwarzaniu wsadowym (ładowanie danych do systemu w określonych interwałach) wykorzystywane są takie narzędzia jak Google MapReduce, Apache Hadoop, Microsoft Dryad, Apache Mahout. Analityka strumieni danych (powszechnie używana w sektorze analiz finansowych, handlu elektronicznym, czy testach medycznych) bazuje m.in. na Apache Storm, Apache S4, Apache Spark, MOA (Massive Online Analysis). W analizach w systemach interaktywnych zastosowanie znajdują Apache Drill, SpagoBI, D3.js [Rodríguez-Mazahua, i in., 2015].

### **Korzyści wynikające z włączenia big data do analiz polityk publicznych**

Potencjał big data jako pierwsze dostrzegły firmy prywatne. Podstawowym celem, dla którego firmy inwestują obecnie w analizy big data jest uzyskanie nowych, istotnych informacji na temat klientów, a także na temat warunków funkcjonowania biznesu, tak by możliwe było podejmowanie lepszych i trafniejszych decyzji biznesowych. Big data już w tej chwili zmienia funkcjonowanie wielu branż, pozwalając np. na tworzenie efektywniejszych systemów zarządzania relacjami z klientami czy efektywniejszy marketing. Choć analizy big datarozwijane są obecnie głównie w sektorze prywatnym, pionierami zbierania danych i informacji na masową skalę są rządy [Mayer-Schoenberger i Cukier, 2013, s. 155]. Zasoby danych w sektorze publicznym wciąż przewyższają zasoby w sektorze prywatnym, rosną także w szybszym tempie. W przeciwieństwie do firm prywatnych, rządy i agendy państwa mogą też zmuszać obywateli do dostarczania im określonych informacji. Mayer-Schoenberger i Cukier [2013, s. 155] podkreślają jednak, że wartość danych posiadanych przez rządy jest uśpiona. Rządy nie wykorzystują informacji, które posiadają. Brakuje też pomysłów i innowacyjnych rozwiązań, które pozwoliłyby na tworzenie wartości z danych znajdujących się w dyspozycji sektora publicznego. Odpowiedzią na te problemy jest ruch na rzecz otwartych danych, który wskazuje, że zapewnienie dostępu do rządowych danych wszystkim zainteresowanym, w tym firmom prywatnym, może przynieść więcej korzyści społeczeństwu (np. poprzez proponowanie innowacyjnych produktów i usług) niż utrzymywanie danych wyłącznie w dyspozycji instytucji sektora publicznego.

Rośnie liczba rządów na świecie, które włączają się w inicjatywę na rzecz otwierania zasobów danych publicznych. Oznacza to, że rośnie też wolumen danych, które mogą być przedmiotem analizy. Ułatwia to bez wątpienia pracę analitykom, którzy nie muszą podejmować już specjalnych starań, by uzyskać dostęp do interesujących ich danych. Z otwartego dostępu wyłączone są z oczywistych względów dane wrażliwe i dotyczące bezpieczeństwa państwa, które jako takie mogą być analizowane przez odpowiednie agencje państwowe czy służby wywiadu. Mimo pewnych ograniczeń, dzięki otwartym danym rządowym oraz danym generowanym przez obywateli w związku z gwałtownym

rozwojem technologii informacyjno-komunikacyjnych, badacze posiadają obecnie nieporównanie większe możliwości prowadzenia badań i analiz dotyczących państwa i społeczeństwa niż jeszcze kilka czy kilkanaście lat temu.

Era big data oferuje bez wątpienia nowe możliwości studiowania ludzkiego zachowania. Może też zmienić podejście do prowadzenia badań i analizowania informacji [Mayer Schoenberger i Cukier, 2013]. Zbieranie danych w obszarze nauk społecznych zawsze było trudne, czasochłonne i kosztowne (np. badania ankietowe). W związku z tym badacze zazwyczaj musieli decydować, jakie dane wybrać, a z jakich zrezygnować. W erze big data możliwe jest jednak przetwarzanie i analizowanie wszystkich danych dotyczących jakiegoś szczególnego zjawiska [Mayer-Schoenberger i Cukier, 2013, s. 28]. W związku z tym prowadzenie badań w oparciu o próby losowe nie we wszystkich przypadkach będzie potrzebne i uzasadnione. Choć próby losowe pozostają reprezentatywne dla całej populacji, zapewnienie odpowiedniej losowości nie zawsze jest łatwe. Wyzwaniem jest również przeskalowanie próby w celu uwzględnienia podkategorii. Analizy wielkich zbiorów nie stawiają przed badaczami takich ograniczeń. Nie wymagają również formułowania na początku procesu badawczego hipotez i pytań badawczych. Kolejność może być odwrócona – najpierw analizuje się olbrzymie zbiory danych w poszukiwaniu korelacji, a następnie zadaje pytania i formułuje wyjaśnienia [Płoszajski, 2013]. Jak wskazują Mayer-Schoenberger i Cukier [2013, s. 28], w erze big data można zrezygnować również z zachowania dużej dokładności w badaniu określonego zjawiska. Zadawalające jest uchwycenie określonych trendów, a nie pojedynczych szczegółów.

Kluczowymi korzyściami oferowanymi przez analitykę big data jest monitorowanie procesów i zjawisk społecznych w czasie rzeczywistym oraz przewidywanie wystąpienia określonych zjawisk czy zagrożeń na podstawie napływających strumieni danych cyfrowych. Przykładem metody wykorzystywanej do szacowania określonych wielkości na podstawie danych czasu rzeczywistego jest *nowcasting*. Metoda ta, wykorzystując rozmaite źródła informacji, w tym media społecznościowe, pozwala nie tylko uzyskiwać aktualne informacje na temat interesujących nas zjawisk (np. stopa bezrobocia czy dochody gospodarstw domowych), ale również lepiej je przewidywać. Tradycyjnie modele wykorzystywane do prognozowania bazowały na danych statystycznych, które ze względu na metodę uzyskania (np. badania ankietowe) publikowane były z dużym opóźnieniem czasowym. Zastosowanie *nowcastingu* pozwala na częstsze publikowanie danych, bez czekania na wyniki badań ankietowych czy wyniki rejestrów i spisów realizowanych przez urzędy publiczne. Niektóre urzędy statystyczne i instytucje bankowe już wykorzystują tę metodę do uzupełniania swoich baz danych [Augustyniak, 2013].

Wskazane cechy wielkich zbiorów danych oraz możliwości, jakie wiążą się z ich analizą, przemawiają za włączeniem ich do obszaru analiz polityk publicznych. Analityka big data pozwala przezwyciężyć niektóre deficyty tradycyjnych analiz, które ze względu na ograniczone możliwości obserwacyjne czy obliczeniowe badacza mogły koncentrować się tylko na najważniejszych zjawiskach czy zidentyfikowanych wcześniej problemach. Analityka big data niesie ze sobą również ogromny potencjał w zakresie zwiększania efektywności i innowacyjności programów i polityk publicznych. Może zatem okazać się istotnym wzmocnieniem nurtu badań polityk opartych na dowodach.

Obecnie analizy polityk publicznych sprowadzają się zasadniczo do analiz i ewaluacji *ex-post*, ewaluacji *ex-ante*, ocen śródk okresowych i analiz *ad hoc*. Ten ostatni rodzaj analiz rządy i odpowiedzialne urzędy przeprowadzają bardzo rzadko. Od jakiegoś czasu stosunkowo największy ciężar położony jest na analizy skutków proponowanych

działań. W UE i jej państwach członkowskich obowiązuje zasada przygotowywania ocen wpływu regulacji (*impact assessment*). Podobne wymogi dotyczące analizy wpływu proponowanych ustaw obowiązują w innych rozwiniętych państwach świata. Mimo wszystko wciąż bardzo częstym problemem są nieskuteczne i nieprzynoszące oczekiwanych rezultatów programy i polityki publiczne. Słabe i nieefektywne polityki w jednym obszarze prowadzą do występowania negatywnych skutków zewnętrznych (*externalities*) dla innych polityk. Podnoszą w rezultacie koszt funkcjonowania państwa. Analityka big data mogłaby i powinna uzupełnić wskazany wyżej schemat analiz polityk publicznych o analizy w czasie rzeczywistym (*real-time policy analysis*). W ten sposób możliwe byłoby wychwytywanie niepokojących sygnałów na różnych etapach cyklu funkcjonowania polityk publicznych oraz podejmowanie ewentualnych działań naprawczych. Metody i algorytmy predykcyjne stosowane w analityce big data mogłyby również pomóc w projektowaniu polityk i działań o charakterze prewencyjnym.

Zdaniem Höchtla, Paryceka i Schöllhammera [2016, s. 147] wielkie zbiory danych mogą zmienić całą strukturę podejmowania decyzji w sektorze publicznym. Autorzy wskazują, że nowoczesne technologie przekształcają tradycyjne polityki publiczne w e-polityki, podobnie jak dwie dekady wcześniej nowe technologie i formy komunikowania się państwa z obywatelem doprowadziły do pojawienia się elektronicznej administracji (*e-government*). Zmieni się przede wszystkim sekwencyjność cyklu polityk publicznych (*policy cycle*). Ewaluacja, która tradycyjnie lokowana jest na końcu cyklu, po etapie wdrożenia polityki, będzie procesem ciągłym wpływającym na każdy kolejny etap. Analizy w czasie rzeczywistym, automatycznie generowane dzięki zastosowaniu algorytmów maszynowego uczenia się, mogą pomóc w procesie definiowania problemów, w fazie ustalania agendy, dyskusji nad możliwymi rozwiązaniami, tworzeniu polityki, określaniu środków jej realizacji oraz jej wdrażaniu [Höchtel, Parycek i Schöllhammer, 2016].

Na etapie ustalania agendy big data może przyczynić się do trafniejszego doboru problemów do rozwiązania. Ożywione dyskusje, liczne posty, tweety, komentarze w mediach społecznościowych mogą wskazywać, że dana kwestia jest istotna dla obywateli. Analiza dyskusji i wpisów w mediach społecznościowych może również pozwolić na identyfikowanie i przewidywanie problemów lub nawet kryzysów, z którymi władze publiczne będą musiały się zmierzyć. Obecne technologie, dzięki zapisywaniu treści wyszukiwań w Internecie, dają państwu możliwość identyfikowania zainteresowań obywateli, ich problemów i trosk niemal zaraz po ich powstaniu (m.in. dzięki Google Search API czy Google-Trendy).

Informacje na temat różnych obszarów funkcjonowania państwa i obywateli, wydobywane z wielkich zbiorów danych, mogą również przyczynić się do podniesienia poziomu merytorycznego dyskusji na temat możliwych rozwiązań dla polityk publicznych. Przydatne w tym kontekście mogą być algorytmy pozwalające na szacowanie skutków i powiązań między różnymi politykami, a także generowane z dnia na dzień statystyki dotyczące procesów społecznych i gospodarczych. Informacje czasu rzeczywistego mogą również poprawić jakość procesu tworzenia polityk publicznych. Za pomocą big data można oszacować np. poziom akceptacji lub oporu wobec przyjętej opcji czy proponowanego rozwiązania bez konieczności oczekiwania na wyniki badań sondażowych. Na etapie zapewnienia środków na rzecz realizacji przyjętej polityki wydobywanie informacji z wielkich zbiorów danych może przyczynić się z kolei do ograniczenia kosztów (np. poprzez bardziej efektywny proces budżetowania), na etapie wdrażania polityki do

szybszego wprowadzenie korekt lub zmian, jeśli takie okażą się konieczne [Höchtel, Parycek i Schöllhammer, 2016, s. 161].

Autorzy analizujący polityki publiczne i nowoczesne technologie różnią się w szczegółowych ocenach przydatności i korzyści wynikających z analiz big data dla sektora publicznego [por. Margetts, 2013, Wieczorkowski 2014; Aggarwal, 2015; Höchtel, Parycek i Schöllhammer, 2016]. Nie ma jednak wątpliwości, że ewaluacja prowadzona w sposób nieprzerwany i systematyczny zmieni cały obszar analiz polityk publicznych. Już w tym momencie możemy mówić o wyłanianiu się nowego modelu analiz polityk publicznych, w którym obok badań prowadzonych bezpośrednio przez człowieka oraz ograniczanych jego możliwościami, pojawiają się badania sterowane przez maszyny i sztuczną inteligencję. Analizy opierające się na big data nie powinny jednak zastępować dotychczasowych podejść i metodologii, a jedynie je uzupełniać. Analityka big data oraz analityka predykcyjna prowadzi do poszerzenia bazy wiedzy i informacji, wiąże się jednak równocześnie z pewnymi ograniczeniami i zagrożeniami.

### **Wyzwania i zagrożenia związane z analizą wielkich zbiorów danych**

Big data można wykorzystać w różnych obszarach działania państwa i instytucji sektora publicznego. Najczęściej wskazywane są takie obszary jak bezpieczeństwo obywateli, poprawa zdrowia publicznego (np. poprzez zapobieganie rozprzestrzenianiu się chorób), poprawa funkcjonowania infrastruktury miast, lepsze regulacje prawne, poprawa procedur administracyjnych i usług publicznych [Aggarwal, 2015]. Coraz więcej państw i przedstawicieli instytucji sektora publicznego decyduje się na wykorzystywanie analityki big data ze względu na jej ogromny potencjał w zakresie generowania oszczędności. Wykorzystanie tego potencjału wymaga jednak odpowiednich zasobów, narzędzi i przygotowania. Wymaga również rozwiązania podstawowych dylematów związanych z gromadzeniem i wykorzystywaniem informacji na temat obywateli.

Najważniejszym wyzwaniem związanym z wykorzystaniem wielkich zbiorów danych jest sam proces analizy danych [Rodríguez-Mazahua i in., 2015]. Już w tym momencie brakuje narzędzi, które pozwoliłyby w efektywny sposób przetwarzać i analizować dane z inteligentnych miast (smart cities). Szacuje się, że inteligentne miasta w 2016 roku będą generować 4.1 terabajtów informacji dziennie na km<sup>2</sup> zamieszkanego obszaru. Potrzebne są zatem bardziej wydajne technologie oraz systemy gromadzenia i przetwarzania danych. Można spodziewać się, że zalew nowych i różnorodnych danych wydłuży proces analizy. Same czynności związane z przygotowaniem i czyszczeniem danych do analizy zabierają analitykom, przy obecnych technologiach i ilości informacji, około 80 procent czasu pracy [Press, 2016]. Trudności w analizach wynikają głównie z faktu, że zdecydowaną większość danych stanowią dane nieustrukturyzowane (nieopisane i nieotagowane). Przed matematykami i statystykami stoją więc duże wyzwania związane z wypracowaniem takich algorytmów, które pozwolą w sposób efektywny analizować narastające w dużym tempie zasoby danych cyfrowych [Rodríguez-Mazahua i in., 2015].

Istotnym problemem jest niekompletność oraz niepewna i nierówna jakość danych pochodzących z wielkich zbiorów. Choć pojawienie się mediów społecznościowych w naukach społecznych porównywane jest do pojawienia się mikroskopu czy teleskopu w naukach przyrodniczych, istnieje świadomość istotnych granic i wyzwań metodologicznych związanych ze studiowaniem ludzkiego zachowania na ich podstawie [Tufekci, 2014]. Przyjmowanie, że dane znajdujące się w wielkich zbiorach obejmują wszystkie dane dotyczące danego zjawiska czy problemu jest podstawowym błędem, którego należy



unikac. Choć trudno uznać użytkowników mediów społecznościowych za reprezentantów wąskiej grupy interesu, nie można również przyjmować, że reprezentują całe społeczeństwo. Ludzie korzystający z mediów społecznościowych kierują się różnymi motywacjami, które mogą wpływać na obszary i rodzaj ich aktywności oraz na częstotliwość, z jaką komunikują się ze światem. Problemem jest również świadomość bycia obserwowanym, co może zmieniać zachowania i komunikaty użytkowników [Tufekci, 2014]. Obraz problemów społecznych i trosk obywateli może też być zniekształcany przez „krzykliwe” mniejszości (*vocal minorities*) [Höchtel, Parycek i Schöllhammer, 2016]. Odrębną kwestią, jednak istotną z metodologicznego punktu widzenia, jest również ryzyko nieproporcjonalnego wykorzystywania poszczególnych platform mediów społecznościowych. W zrealizowanych dotąd badaniach nadreprezentowany jest Twitter, który ze względu na swoją specyfikę, pozwala na stosunkowo łatwe przeprowadzanie analiz [Tufekci, 2014].

Błędy w przewidywaniu, fałszywe korelacje i powierzchowne analizy stanowią kolejny poważny problem w analizie big data. Świadomość tych problemów każe podchodzić z dużą ostrożnością i uwagą do procesu projektowania i realizowania analiz z wykorzystaniem wielkich zbiorów danych. Doświadczenia statystyczne na temat reprezentatywności i obciążenia prób pokazują, że niepoprawnie pozyskane próby prowadzą do błędnych predykcji. Mało kto, poza statystykami, uświadamia sobie również, że wraz ze wzrostem liczby danych rośnie też szansa na pozorne zależności i pomyłki („false positive”) [Koronacki i Stefanowski, 2016]. Statystycy wskazują w związku z tym, że kluczowe byłoby uzgodnienie na poziomie międzynarodowym, jak podchodzić do kwestii błędów statystycznych w przypadku posiłkowania się wielkimi zbiorami danych [Augustyniak 2013]. Podkreślana jest również konieczność posiłkowania się dodatkowymi źródłami wiedzy. Poleganie wyłącznie na wielkich zbiorach danych może ograniczać badacza do zbyt prostych danych i tym samym prowadzić do powierzchownych analiz [Koronacki i Stefanowski, 2016]. Wskazane cechy analiz big data stawiają przed podmiotami zainteresowanymi ich wykorzystaniem duże wymagania. Kluczowe jest wykształcenie kadry wyspecjalizowanych analityków big data (*data scientists*). W tym momencie sektor publiczny nie dysponuje odpowiednimi zasobami kadrowymi, by przeprowadzać analizy big data na szeroką skalę. Deficyt specjalistów do analizy wielkich zbiorów danych odnotowywany jest również w sektorze prywatnym.

Urzeczywistnienie potencjału big data wymaga nie tylko wypracowania odpowiednich narzędzi i metodologii badania oraz przygotowania zasobów kadrowych, ale również rozwiązania szeregu dylematów moralnych i etycznych związanych z gromadzeniem i wykorzystywaniem wielkich zbiorów danych. Ważnym wyzwaniem w tym kontekście jest kwestia prywatności danych i ich bezpieczeństwa oraz kwestia praw własności do danych. Obecnie brak jednolitych regulacji dotyczących przetwarzania i wykorzystywania danych publikowanych przez indywidualnych użytkowników w mediach społecznościowych i szerzej w Internecie. W opinii niektórych obserwatorów era big data doprowadziła do sytuacji, w której to nie ludzie wykorzystują wyszukiwarki, by odnaleźć interesujące ich informacje lub by lepiej zrozumieć określone problemy, to wyszukiwarki wykorzystują wielkie zbiory danych, by lepiej zrozumieć ludzi [Kerr i Earle, 2013, s. 66]. Google w 2012 roku zatrudniło Raya Kurzweila, znanego futurologa i zwolennika idei transhumanizmu, który ma zajmować się projektami związanymi z maszynowym uczeniem się i przetwarzaniem języków. Zespół pod kierunkiem Kurzweila ma stworzyć sztuczny umysł, który będzie zdolny przewidywać, na podstawie przetwarzania głęboko-

semantycznego, zainteresowania użytkowników. Rodzą się w związku z tym pytania o dostęp do tego typu wiedzy oraz o sposoby jej wykorzystywania. Niektóre firmy prywatne nakładają ograniczenia w wykorzystywaniu gromadzonych przez siebie danych. Np. Facebook wprowadził obostrzenia w zakresie używania na swoich stronach programów do indeksowania stron (*web crawling*) i „zdrapywania” danych (*data scrapping*) [Margetts 2013].

Odniesienie się do praw własności do danych oraz znalezienie równowagi między interesem jednostki (m.in. jej prawem do prywatności) a interesem publicznym będzie szczególnie istotne dla perspektyw wykorzystania analiz big data przez państwo. Równie istotne będzie jasne określenie celów wykorzystania takich analiz przez władze publiczne. Brak debaty społecznej na ten temat może doprowadzić do oporu i sprzeciwu wobec polityki bazującej na big data. Zjawisko Big data ma dwa oblicza. Wielkie zbiory danych mogą sprawić, że proces podejmowania decyzji w państwie będzie bardziej racjonalny ekonomicznie i zorientowany na obywatela, tj. będzie w większym stopniu uwzględniał ich potrzeby i preferencje. Z drugiej strony te same dane mogą być wykorzystywane do zwiększenia kontroli państwa nad obywatelem [Maciejewski, 2015] lub w skrajnych przypadkach do inżynierii społecznej i sterowania procesami politycznymi. Drugim ważnym tematem w kontekście zastosowania analiz big data w sektorze publicznym jest temat podejmowania decyzji w oparciu o modele probabilistyczne. Decyzje w takim modelu wykorzystują przewidywania dotyczące procesów, zachowań czy działań określonych jednostek czy grup, a nie informacje o rzeczywistych ich działaniach czy zachowaniach. Algorytmy predykcyjne mogą doprowadzić do przyjmowania polityk i działań o charakterze prewencyjnym, co może zapobiec np. atakom terrorystycznym i w rezultacie podnosić ogólny poziom bezpieczeństwa obywateli. Równocześnie jednak odejście od systemu sankcji i kar *ex post facto* na rzecz środków prewencyjnych *ex ante* zagraża to takim zasadom państwa prawa jak zasada domniemania niewinności, zasada prywatności i prawo do uczciwego procesu [Kerr i Earle, 2013, s. 66].

Można na koniec zastanawiać się, czy przyjęcie paradygmatu big data wzmocni w sektorze publicznym zasadę podejmowania decyzji w oparciu o dowody. Townsend [2013, s. 191] prezentuje bardzo sceptyczne stanowisko – jego zdaniem big data zamiast ograniczać rolę domysłów i intuicji, może doprowadzić do jeszcze większej niepewności. W codziennych sytuacjach liderzy polityczni, którzy nie będą rozumieli lub ufali danym naukowym, będą częściej polegać na swoich instynktach. Co gorsze, w czasie kryzysu presja na zdecydowane działania może zwiększać ryzyko wykorzystywania niesprawdzonych i niewłaściwych danych. Ten i podobne głosy potwierdzają potrzebę podejmowania pogłębionych badań poświęconych tematyce big data w sektorze publicznym. Potwierdzają również potrzebę organizowania debat społecznych pokazujących zarówno wszystkie możliwe korzyści, jak i zagrożenia wynikające ze stosowania analiz wielkich zbiorów danych.

### **Zakończenie**

Pojawienie się wielkich zbiorów danych, związane m.in. z dużą popularnością mediów społecznościowych, może w sposób istotny wzbogacić analizy polityk publicznych. Same wielkie zbiory danych nie doprowadzą do lepszych decyzji, jednak traktowane jako uzupełnienie dotychczasowych narzędzi i metod zarządzania w sektorze publicznym, mogą przyczynić się do lepszej jakości polityk i programów publicznych. Analityka big data daje możliwość uzyskiwania w szybszy sposób cennych spostrzeżeń i

informacji, ma w związku z tym duży potencjał w zakresie generowania oszczędności w sektorze publicznym. Wyciągnięcie maksymalnej wartości z danych w sektorze publicznym będzie jednak możliwe tylko wtedy, jeśli rządy i instytucje publiczne będą dysponować odpowiednimi technologiami i zasobami kadrowymi.

Kluczową kwestią pozostaje poziom społecznej akceptacji dla wykorzystywania big data przez państwo i jego agendy. Istnieje zagrożenie, że potencjał big data w sektorze publicznym, w tym w odniesieniu do polityk publicznych, nie zostanie wykorzystany ze względu na negatywne oceny tego zjawiska. Zdaniem niektórych big data jest tylko przemijającą modą. Dla innych jest groźną innowacją socjotechniczną. Akceptacja dla polityk publicznych analizowanych z wykorzystaniem algorytmów maszynowego uczenia się, pozwalających na wyciąganie informacji i wniosków ze złożonych baz danych bez udziału człowieka, może być szczególnie trudna do uzyskania w bardziej tradycyjnych społeczeństwach.

Odsunięcie się od big data może nastąpić, zwłaszcza jeśli niektóre wrażliwe kwestie, budzące wątpliwości etyczne, nie zostaną rozwiązane. Sektor publiczny może być głównym przegrany takiego obrotu sprawy. O ile przedsiębiorstwa prywatne, napędzane chęcią pomnażania zysków, nie zrezygnują z możliwości tkwiących w wielkich zbiorach danych, ewentualne negatywne oceny obywateli dotyczące wykorzystania big data mogą doprowadzić instytucje sektora publicznego do rezygnowania z tych możliwości. Określenie zasad oraz granic wykorzystania wielkich zbiorów danych w życiu społecznym jest zatem warunkiem niezbędnym urzeczywistnienia potencjału big data w sektorze publicznym.

#### LITERATURA:

1. Aggarwal A., [2015], Opportunities and Challenges of Big Data in Public Sector. *Managing Big Data Integration in the Public Sector*. IGI Global.
2. Dunn W.N., [2015], *Public policy analysis*. Routledge.
3. Head B.W., [2008], Three lenses of Evidence-Based policy. *Australian Journal of Public Administration* 67.1, 1-11.
4. Höchtl J., P.Parycek i R. Schöllhammer [2016], Big Data in the Policy Cycle: Policy Decision Making in the Digital Era. w: *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, just-accepted, 26:1-2, 147-169.
5. Kerr I. i J. Earle, [2013], Prediction, preemption, presumption: How Big Data threatens big picture privacy. w: *Stanford Law Review Online* 66:65.
6. Kitchin R. i G. McArdle [2016]. What makes Big Data, Big Data? Exploring the ontological characteristics of 26 datasets. w: *Big Data & Society* 3.1.
7. Kejariwal A., S. Kulkarni i K. Ramasamy [2015], Real time analytics: algorithms and systems. *Proceedings of the VLDB Endowment* 8.12: 2040-2041.
8. Laney D. [2001], 3D data management: Controlling data volume, velocity and variety. *META Group Research Note* 6: 70.
9. Maciejewski M. [2015], Skuteczność i efektywność kontroli administracji-zbiory danych (big data) i możliwość ich wykorzystania. *Kontrola Państwowa* 5.60: 27-38.
10. Mayer-Schönberger V. i K. Cukier [2013], *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.
11. Newman J., A.Cherney i B.W. Head [2016], Policy Capacity And Evidence-Based Policy In The Public Service. w: *Public Management Review*, 1-20.
12. Oliver K., T. Lorenc i S. Innvær, [2014], New directions in evidence-based policy research: a critical analysis of the literature. w: *Health Research Policy and Systems*, 12.1 (2014): 34
13. Pawson R. [2002], Evidence-based policy: The promise of realist synthesis. w: *Evaluation* 8.3:

340-358.

14. Ploszajski P. [2013], Big Data: nowe źródło przewag i wzrostu firm. w: E-mentor 3 (50): 5-10.
15. Productivity Commission [2010a], Strengthening Evidence Based Policy in the Australian Federation, Volume 1: Proceedings, Roundtable Proceedings, Productivity Commission, Canberra.
16. Productivity Commission [2010b], Strengthening Evidence-based policy in the Australian Federation, Volume 2: Background Paper, Productivity Commission, Canberra.
17. Rodríguez-Mazahua, L. i in., [2015], A general perspective of Big Data: applications, tools, challenges and trends. w: The Journal of Supercomputing, 1-41.
18. Sagiroglu S. i D. Sinanc [2013], Big data: A review. Collaboration Technologies and Systems (CTS), 2013 International Conference on IEEE.
19. Surdej A. [2008], Metoda analizy kosztów i korzyści: imperatyw efektywności w politykach publicznych. w: Środowisko i warsztat ewaluacji, pod red. Agnieszki Haber i Macieja Szalaja, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa, 109-126.
20. Tabakow M., J.Korczak i B. Franczyk [2014], Big Data–definicje, wyzwania i technologie informatyczne. Informatyka Ekonomiczna 1 (31): 138-153.
21. Townsend A. [2013], Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia, W.W. Norton & Company.
22. Trutkowski C. [2008], O uwarunkowaniach stosowania metod jakościowych w badaniach społecznych i ewaluacyjnych. w: Środowisko i warsztat ewaluacji, pod red. Agnieszki Haber i Macieja Szalaja, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa, 127-143.
23. Tsebelis G. [2002], Veto players: How political institutions work. Princeton University Press.
24. Tufekci Z. [2014], Big Questions for Social Media Big Data: Representativeness, Validity and Other Methodological Pitfalls. In ICWSM '14: Proceedings of the 8th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.
25. Wiczorkowski J. [2014], Wykorzystanie koncepcji big data w administracji publicznej. w: Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych/Szkoła Główna Handlowa 33: 568-579.

#### NETOGRAFIA:

1. Augustyniak Ł., [2013], Big Data. Zettabytes and yottabytes of information, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/42577/761078/Big+data+article+CoD+july+2015/ff672661-75ec-43b6-ada7-bc37e66558aa> , (data odsłony kwiecień 2016).
2. Desouza K.C., [2014], Realizing the Promise of Big Data: Implementing Big Data Projects. IBM Center for the Business of Government. <http://www.businessofgovernment.org/report/realizing-promise-bigdata> (data odsłony kwiecień 2016)
3. Koronacki J. i J. Stefanowski [2016], Big Data i ich eksploracja: spojrzenia z perspektywy statystyki i uczenia maszynowego, Poznań, 22 kwietnia 2016, <http://www.cs.put.poznan.pl/events/2016-04-SeminPAN/JStefanowski-JKoronacki.pdf> (data odsłony kwiecień 2016).
4. Margetts H. [2013], The promises and threats of big data for public policy-making, The Policy and Internet Blog. Understanding public policy online, 28.10.2013, <http://blogs.oii.ox.ac.uk/policy/promises-threats-big-data-for-public-policy-making/> (data odsłony kwiecień 2016).
5. Press Gil [2016], Cleaning Big Data: Most Time-Consuming, Least Enjoyable Data Science Task, Survey Says, <http://www.forbes.com/sites/gilpress/2016/03/23/data-preparation-most-time-consuming-least-enjoyable-data-science-task-survey-says/> (data odsłony kwiecień 2016).
6. Schorr L. i F. Farrow [2011], Expanding the Evidence Universe. Doing Better by Knowing More, A Paper Prepared for the 2011 Harold Richman Public Policy Symposium, [http://www.cssp.org/publications/harold-richman-public-policy-symposium/Expanding-Evidence-the-Evidence-Universe\\_Doing-Better-by-Knowing-More\\_December-2011.pdf](http://www.cssp.org/publications/harold-richman-public-policy-symposium/Expanding-Evidence-the-Evidence-Universe_Doing-Better-by-Knowing-More_December-2011.pdf) (data odsłony kwiecień 2016).
7. *The Digital Universe will soon grow to 44 zettabytes of data,*

<http://bigdatasp.com/2016/04/19/the-digital-universe-will-soon-grow-to-44-zettabytes-of-data/>  
(data odsłony: kwiecień 2016)

8. Turner V. [2014], The Digital Universe of Opportunities, April 2014,  
<http://www.emc.com/leadership/digital-universe/2014iview/executive-summary.htm>, data odsłony  
kwiecień 2016.

**Oxana Posukhova,**

*Dr, Department of Regional and Eurasian Studies at the Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University, Rostov-on-Don*

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА<sup>1</sup>**

### **PROFESSIONAL CAREER IN THE ECONOMIC SEGMENT OF RUSSIAN SOCIETY**

#### **Аннотация**

В статье выявлены факторы, способствующие успешному конструированию профессиональной карьеры в экономической сфере российского общества. Проанализированы представления о карьерных барьерах и возможности карьерного предела, обуславливающих отношение к способам построения и легитимации профессиональной карьеры.

**Ключевые слова:** карьера, социальные ресурсы, легитимация, патронирование, семейственность.

#### **Abstract**

The article is devoted to the resources that contribute to the successful design careers in the economic sphere Russian society. The author studies the idea of career barriers and career limit determining the approach to the methods of construction and legitimation of a professional career.

**Keywords:** career, social resources, legitimating, patronage, nepotism.

В настоящее время профессии с экономическим уклоном являются одними из самых престижных (входят в пятерку лидеров), что обусловлено гарантиями карьеры, перспективами и благополучием. По мнению россиян, экономические профессии являются одними из самых доходных (14% предприниматели и бизнесмены, 14% банкиры, 10% экономистов и финансистов) после юристов (17%)<sup>2</sup>. Но 14% опрошенных считают, что сделать карьеру там практически невозможно, а 58% полагают, что сделать ее там довольно сложно<sup>3</sup>.

Профессиональные карьеры в экономической сфере целесообразно разделить на две группы: карьеры владельцев и организаторов бизнеса, а также наемные

---

<sup>1</sup>Статья подготовлена при поддержке РГНФ, проект № 15-53-00015

<sup>2</sup><http://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/social-problems/education-skills/article/ja-v-juristy-by-poshel-pust-menja-nauchat.html>

<sup>3</sup><http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115048>

работники в экономической сфере (директора, маркетологи и т.д.). Карьера в экономической сфере одна из немногих, взлеты и падения которой напрямую зависят от экономической и политической ситуации. Поэтому вначале целесообразно проанализировать пути вхождения в экономическую сферу и факторы, которые способствуют построению профессиональной карьеры в ней.

Согласно результатам интервью<sup>4</sup> вхождение в экономическую сферу и со стороны наемных работников и владельцев бизнеса несколько отличаются.

Для наемных работников оно обусловлено сочетанием профессионализма с неформальными связями: «... я пошла работать в академию Народного хозяйства в Москве, в школу IT-менеджмента, они реализовывали программу MBA. Так я попала сразу и в бизнес и в IT-менеджмент. Это был первый опыт работы, я была специалистом по маркетингу, занималась какими-то вещами рекламными. После защиты диссертации я хотела большего, развития карьеры. И я погрузилась в IT. Наша компания SOFTLINE – это системный интегратор всей России, предоставляет разные услуги. ... Потом меня переманили в группу ИНВИЖН, она тоже всероссийская. Ну во-первых, туда ушел мой друг работать, знакомый. Он порекомендовал меня, они там набирали команду для нового отдела, формировали департамент»; «И я решила, что мне надо быть ближе к клиентам, к рынку. И по рекомендации меня пригласили в компанию, где я сейчас работаю». «Я наемный работник высшего управления частного бизнеса, как попал? Во-первых образование, во-вторых друзья позвали, помогли».

Для владельцев бизнеса это семья и семейный капитал: «Стартовый капитал был получен от семьи», «Наше дело организовано совместно с родителями».

Говоря о роли образования как канала профессиональной карьеры, то все интервьюируемые отмечают необходимость для экономической сферы именно профильного образования: «Я отучилась на маркетинге, со студенческих лет. Отучилась, потом выиграла грант республики Татарстан на обучение в Москве. Я уехала в Москву, последний год института я училась в Плехановской академии. Закончила пятый курс и там поступила в аспирантуру, но тоже на кафедру маркетинга, потому что мне нравилось направление, оно меня зацепило, было новым для России...». Согласно исследованию бизнес-школы Сколково российские миллиардеры также понимают значимость экономического образования «На самостоятельный бизнес настроены треть наследников. Больше половины считают правильным не только обсуждать, но и участвовать в бизнесе родителя. Но практически все наши дети-респонденты говорили, что их главное ожидание от семьи – прежде всего качественное образование. И на это родители не жалеют средств. Многие учились за рубежом. Почти у всех по два, а то и три диплома. Дети сразу получали профильные для бизнеса специальности, в отличие от отцов, которые чаще переквалифицировались в бизнесмены из инженеров и физиков. И еще у детей растянутый образовательный путь. Многие учатся до 30 лет»<sup>5</sup>.

Выявленные в исследовании факторы можно объединить в две большие группы: традиционные и институциональные. Традиционные факторы для наемных

---

<sup>4</sup>В статье представлены материалы экспертных и глубинных интервью, проведенных летом-осенью 2015 г.

<sup>5</sup>Рожественская Е. Заработать свой личный миллиард // <http://lenta.ru/articles/2015/10/20/million/>

работников и владельцев бизнеса включают в себя: инициативность, работоспособность, энтузиазм, наличие компетенций, дипломы и т.д. «Везде это работает, и как бы вам не говорили, что «мы на это не ведемся», но если вы придете с дипломом из хорошей школы бизнеса, например США, то все на это ведутся. Но для бизнеса еще больше важно – коммуникабельность, умение работать в коллективе. И часто это может быть важнее профессиональных качеств».

В целом выделенные экспертами факторы коррелируют как с результатами нашего опроса, так и исследованием проведенным «Комитетом 20», в результате опросов в Москве и регионах России: российские управленцы в бизнес сфере считают, что при построении карьеры важны профессиональные качества (97%), личностные характеристики (95%) , целеустремленность (89%), а также уровень образования (77%). Внешние обстоятельства и поддержку окружения респонденты также не отвергают и считают факторами способствующими продвижению по карьерной лестнице: удача (47%); наличие деловых связей (46%); наличие наставника (45%); поддержка окружения (35%)<sup>6</sup>.

Образование как фактор способствующий профессиональной карьере не вызывает сомнения. Опрос руководителей высшего звена показал, что 98% респондентов имеют высшее образование; обладателями нескольких диплом о высшем образовании являются 26 % опрошенных, у 8% - степень МВА, а 10% имеют ученую степень. Большинство руководителей (77%) признают образование и наличие дипломов значимым фактором карьерного роста. Лишь 11% придерживаются мнения, что образование не играет особой роли при продвижении по карьерной лестнице в российских компаниях<sup>7</sup>.

Отдельного внимания заслуживает такой фактор как умение работать в команде. Мнение интервьюируемых на этот счет разделились. Среди экспертов доминирующим является мнение о том, что работа в команде это одно из условий успешной профессиональной карьеры. Но наемные работники не абсолютизируют роль команды в своем продвижении: «Отчасти да. Здесь действуют правила известной пословицы "одна голова - хорошо, а две - лучше". В команде при условии, что каждый занят реально своим делом, а не отсиживается, теряя собственное и командное время, активнее генерируются идеи, необходимые для успешного продвижения компании на рынке».

Команда как условие успешной профессиональной карьеры в большей степени необходимо руководителю, потому что коллективный разум работает на его профессиональный результат. Рабочая команда – это формальная группа, которая состоит из связанных между собой людей, которые совместно отвечают за достижение намеченной цели<sup>8</sup>. В настоящее время активно востребованы два вида команд: кросс-функциональная и интактная.

Работа в каждой из этих видов команд, может рассматриваться как условие профессиональной карьеры, но это эксклюзивный канал продвижения, который работает как в вертикальном направлении (повышение в должности после успешного выполнения задачи), так и в рамках профессионального развития, но только в том случае если в компании «Нет бюрократизированных процедур. Если у тебя

<sup>6</sup>Карьера в России: как добраться до вершины? // <http://kom20.ru/94.html>

<sup>7</sup>Карьера в России: как добраться до вершины? // <http://kom20.ru/94.html>

<sup>8</sup>[http://club-energy.ru/13\\_5.php](http://club-energy.ru/13_5.php)



возникла идея, ты можешь ее высказать, написать директору и пожалуйста... Если все ок, ты можешь брать инициативу в свои руки и развивать, все приветствуется. Мне вот это именно и нравится. Ну и открытость компании новым идеям наверное. В этом плане у нас достаточно сильная и интересная команда. Меня вот это и привлекло. Я перешла и пока довольна».

Институциональные факторы связаны с «правилами игры», принятыми в нашем обществе: «В нашем обществе сильно развиты институты местничества, институты кровно-родственных связей, институты свой-чужой; особенно это связано с какими-то неформальными или не совсем законными схемами». Необходимо отметить, что для организаторов и владельцев бизнеса приоритетность факторов зависит от сферы: «Для определенных сфер все только по знакомству, родственники. Например сфера госсектора в экономике и сектора, который связан с госсектором. И там все это процветает». Существуют сегменты в экономике, где определяющим является этнический фактор и фактор землячества. «Для организаторов бизнеса важно такое качество как умение дружить с государством. Если бизнес хоть какой-то крупноты, то я думаю, что это важно. Когда бизнес выходит на какой-то крупный уровень, важно быть системным человеком». Также для владельцев бизнеса важен такой фактор как личный и командный профессионализм: «проблема профессионализма везде стоит жестко. Все говорят, что очень мало профессионалов». Нельзя не отметить такого важного фактора, обуславливающего профессиональные карьеры владельцев бизнеса как финансовая и экономическая социализация «А с точки зрения финансовой социализации они стартуют вообще в раннем детстве. Они учатся зарабатывать. Часто в детстве они сами разрабатывали какие-то проекты. О некоторых из них не знали даже родители. Кто-то забор красил, кто-то придумывал еще какую-нибудь схему услуг. То есть родительская бизнес-жилка социализирует детей»<sup>9</sup>.

Но также необходимо отметить такой фактор как финансовый капитал для открытия дела и благоприятную экономическую конъюнктуру.

Таким образом, общими факторами, способствующими профессиональной карьере в экономической сфере для наемных работников и владельцев бизнеса являются личные качества, образование и профессионализм, соответствие институциональным «правилам», но есть и специфический фактор – ранняя успешная финансовая и экономическая социализация, которая является обязательным условием для профессиональной карьеры владельца бизнеса, а также наличие финансового капитала.

После выявления факторов, способствующих успешной профессиональной карьере необходимо сказать о карьерных барьерах. По мнению 36% опрошенных недостаточный уровень образования можно отнести к барьерам построения карьеры<sup>10</sup>. Потеря профессионального интереса, недостаток или отсутствие некоторых личных качеств так же могут выступать в роли карьерного барьера «Только мои внутренние личностные качества... Но чтобы стать руководителем, нужны лидерские качества. А вот их мне не хватает. Может я как раз и буду заниматься

---

<sup>9</sup>Рожественская Е. Заработать свой личный миллиард // <http://lenta.ru/articles/2015/10/20/million/>

<sup>10</sup>Карьера в России: как добраться до вершины? // <http://kom20.ru/94.html>

развитием таких вещей: лидерства, чтобы обратили внимание, потому что может быть и так что человек работает, если он себя не показывает, его не замечают».

Для наемных работников актуализируется такой барьер как семейственность в бизнесе «есть семейные династии: если приходит чужой человек и приводят какого-нибудь родственника, близкого человека, то возьмут конечно его, а не человека, который не имеет к ним никакого отношения. Это я увидела на опыте. И соответственно их и продвигают»; «Чужих не любят. Надо стать в доску своим, выпивать например ... И после этого ты будешь значимым, так скажем»; «Чем плохи институциональные факторы: если вы не из этого села или тейпа, ненужной национальности и вероисповедания то у вас нет шансов, и вы ничего уже не измените. Но по своему опыту вижу, что тот кто может работать тот работает, кто не может ему уже ничего не поможет». Так же к барьерам для владельцев бизнеса можно отнести отсутствие профессиональных идей, и проблемы с налоговыми органами и органами государственной власти.

Достаточно серьезным барьером для профессиональной карьеры выступает отсутствие связей и помощи в ее построении: «У кого-то какие-то амбиции были легко реализованы благодаря этим вещам, кто-то пашет, работает, хочет чего-то большего, но не может, или его не замечают... Не замечают его работу и формируются какие-то отдельные группировки и как улей все это работает. Сплоченности нет». При этом женщины меньше, чем мужчины, полагаются на чью-либо помощь в построении карьеры. 55 % опрошенных мужчин упоминают нехватку связей и протекции в качестве барьера для профессионального роста; и только чуть больше трети (35%) женщин-респондентов также отметили его важность<sup>11</sup>.

Особое место занимает вопрос патронирования: только начинающие строить профессиональную карьеру наемные работники говорят о его необходимости наряду с соответствием формальным критериям, руководители считают, что «Патрон нужен для успешного начала, толчка, но не более того». Что касается организации бизнеса, то по мнению экспертов для малого и среднего бизнеса патронирование значения не имеет, а вот для крупного бизнеса это является необходимым условием «Все зависит от того как организован бизнес. Если бизнес чисто рыночный, особенно много иностранного капитала, менеджмента или франшиза, там все будет проще. А все, что связано с традиционным, повязано на госструктуру там все это важно. Там где важна инициатива - эти факторы сильны. У нас общество очень монополизировано, речь не только о крупных корпорациях РЖД, Лукойл и т.п., но и на локальном уровне. Например, примут постановление, что определенным видом бизнеса может заниматься только человек, имеющий определенные качества-ограничения и многие сразу будут отсечены от этого бизнеса, это тоже локальная монополия».

Еще одним карьерным барьером является неэффективные коммуникации на уровне функционального взаимодействия: «...Надо мной получается 2 руководителя: руководитель отдела и директор департамента по маркетингу. У меня отношения хорошие, особенно с директором по маркетингу, мы ладим и все отлично. Но я не могу сказать, что у меня супер отношения с моим руководителем отдела. Потому что человек пришел недавно совсем и его сразу сделали руководителем отдела причем втихую, просто поставив меня в известность, что он сейчас мой руководитель. Но как руководитель он не справляется, потому что когда я задаю вопросы или прошу

---

<sup>11</sup>Карьера в России: как добраться до вершины? // <http://kom20.ru/94.html>

помощи я не вижу адекватной реакции. Мне кажется, руководитель должен коммуникации эффективные в первую очередь построить, а это не происходит вообще. Получается у нас в отеле информационный вакуум. Я считаю, что это ошибка руководства».

Также необходимо отметить и наличие такого барьера как пол. На ответственных постах в экономической сфере успешно работают достаточно большое количество женщин. Можно даже отметить и такие женские руководящие должности как главный бухгалтер, руководители департаментов по человеческим ресурсам, директора по маркетингу. Это должности, предполагающие высокую степень ответственности и наличие подчиненных, довольно часто в большом количестве. Но на «уровне принятия управленческих решений» женщин значительно меньше. Так, по сведениям PricewaterhouseCoopers, среди генеральных директоров компаний в России - 9% женщин, среди председателей совета директоров - 4%, а среди президентов - 3%. Малым утешением нам служит то, что такая картина характерна и для очень многих развитых стран мира, например, США<sup>12</sup>.

Говоря о гендерном неравенстве необходимо сказать о таком явлении как стеклянный потолок, под которым подразумевается некий уровень в карьерной иерархии, выше которого женщины практически не имеют возможности подняться. Хотя формальных ограничений для занятия позиций выше «стеклянного потолка» нет, тем не менее, фактически женщины не могут продвинуться дальше этого барьера<sup>13</sup>.

По результатам исследования проведенного Комитетом 20 также выяснилось, что основным внутренним барьером для карьерного роста женщины оказалась собственная система ценностей женщины-руководителя, где семья имеет большую значимость, чем работа. 42 % опрошенных женщин считают, что их удел – семья, а работа – вторична, еще 40 % считают одинаково важной реализацию как в работе, так и в семье<sup>14</sup>.

Развитие и движение в ногу со временем - неотъемлемая необходимость успешной деятельности. Безусловно, можно стоять на месте и постоянно использовать имеющимся ресурсы, но они исчерпаемы, и не исключено наступление момента, когда дальнейшее построение карьеры зайдет в тупик и не будет иметь дальнейших перспектив. Наше исследование показало, что все возникающие карьерные барьеры, в том числе и стеклянный потолок, можно преодолеть посредством развития профессиональных качеств, получения дополнительного образования, профессионализма: «Профессионализм в бизнесе – ключевое условие успеха, т.к. постоянно идут эмпирические замеры эффективного управления», «Если ты не развиваешься, ты деградируешь. Развиваться надо постоянно. А фот форму выбираешь сам самообразование, допобразование и т.д.»; «А если ты профессионал, то так или иначе, при любых раскладах какой-то кусок ты заработаешь. Будешь ли ты на среднем уровне, выше среднего или на низком уровне в нашей бизнес сфере, профессионал это гарантия, а удача это удача, она он нас не зависит»;

---

<sup>12</sup>Карьера в России: как добраться до вершины? // <http://kom20.ru/94.html>

<sup>13</sup>Рощин С.Ю., Солнцев С.А. Кто преодолевает «стеклянный потолок»? Вертикальная гендерная сегрегация в российской экономике. М.: ГУ ВШЭ, 2006.

<sup>14</sup>Карьера в России: как добраться до вершины? // <http://kom20.ru/94.html>.

«Профессионализм, конечно же, нужно развивать, но я считаю, что уровень у меня не нулевой, я стараюсь каждый год повышать квалификацию».

Как видно профессионализм является не только одним из основных условий профессиональной карьеры, но и основным способом легитимации достигнутого положения. Как уже отмечалось выше неформальные связи так же являются необходимым условием профессиональной карьеры. И в этом случае актуализируется вопрос как происходит легитимация карьерного продвижения сотрудника, который использует неформальные связи? Экономика – это наверное одна из немногих сфер, где при использовании неформальных связей продвижение начинается не сразу с руководящей должности, а постепенно, с включения в организационную иерархию с низших статусов: «Сколько я с такими встречалась, они были адекватными. Ведут себя нормально. Не пытаются строить из себя, обращаются за помощью, советом. Ведут себя достаточно скромно. Просто таких людей как правило не берут сразу на руководящую должность. Их берут: ведущий специалист, старший менеджер. Но видно, что у них более привилегированное положение...».

Несмотря на то, что легитимация карьеры в подобных случаях достаточно затруднительна, поскольку основная цель легитимации будет заключаться в избавлении от такого нелицеприятного «штампа», все же ее можно достигнуть. Важно суметь завоевать авторитет, что по сути своей возможно путем совершенствования своего профессионализма и постоянного интеллектуального развития. Здесь же важно отметить, что в большинстве случаев легитимация для себя невозможна без легитимации для других, иначе говоря, невозможно признать свои карьерные успехи, пока они не будут по достоинству оценены другими. Авторитет патрона способен обеспечить сотрудника необходимыми для легитимации ресурсами, при этом в первую очередь патрон может стать той самой «гарантией качества» профессионализма сотрудника, которая будет выступать фактором легитимации карьеры.

Несмотря на ряд трудностей, которые возникают на карьерном пути, люди продолжают функционально взаимодействовать и развиваться в бизнес сфере. Их удерживают так называемые карьерные якоря. По результатам нашего исследования можно выделить следующие доминирующие карьерные якоря: профессиональная компетентность («надо быть профессионалом, и это не обсуждается»), созидательность и инициативность в сочетании с вызовом («удерживает наверное желание все-таки свое направление развивать, потому что направление новое для компании. Мы всегда работали с крупным бизнесом, и здесь у нас все хорошо. Это наши клиенты. А мелкие и средние компании это такое не паханное поле, которое нужно развивать, развивать это сегмент. Мы 1,5 – 2 года этим занимаемся и хочется увидеть какой-то результат, эффект. Хочется увидеть: пойдет не пойдет, а вдруг не пойдет?»).

В настоящее время у наемных работников актуализировались еще два таких якоря как стабильность/безопасность («сейчас все таки кризис и куда-то уходить это было бы рискованно») и социальное включение («работаю, чтобы не стареть, на пенсию ушел и все, началась другая жизнь...»).

У владельцев бизнеса добавляется якорь предпринимательство, в основе которого лежит стремление к финансовой независимости и желание иметь свое дело.

Профессиональная карьера зависит от ряда указанных выше обстоятельств, но может наступить и такая ситуация, когда развитие профессиональной карьеры (профессиональное, должностное) невозможно.

Карьерный предел в экономической сфере может быть обусловлен не только личностными факторами (физиологическое и психическое здоровье человека, наступление определенного возраста, отсутствие желания развиваться дальше), но и рядом внешних факторов, которые воздействуют на человека извне, среди которых наиболее явными являются: 1) стремительное развитие компании за счет замены человеческих ресурсов автоматизированными; 2) внедрение качественно новых технологий деятельности компании; 3) смена руководства компании (принцип «новая метла по-новому метет»); 4) экономический кризис в компании, предусматривающий сокращение числа сотрудников.

Для экономической сферы, по мнению интервьюируемых, нельзя отрицать такой фактор способствующий наступлению карьерного предела как невезение. Особенность невезения в экономике заключается в том, что его рассматривают как вирус, которым можно заразиться. В виду этого, стараются дистанцироваться от профессиональных акторов в экономической сфере, которые за короткий период времени потерпели фиаско в реализации своих бизнес проектов. Происходит исключение «невезунчиков» из коммуникативного пространства, что впоследствии может привести к исключению из экономического сегмента.

Таким образом, профессиональная карьера в экономической сфере также обусловлена рядом факторов. Факторы, способствующие карьере в данной сфере, можно разделить на традиционные (личностные характеристик (инициативность, работоспособность, способность идти на риск, умение работать в команде), формальные (образование, наличие компетенций) и институциональные (связи, кровно-родственные отношения, институты свой-чужой). При этом при реализации карьеры «владелец бизнеса» семья как капитал имеет существенное значение.

Специфика конструирования карьеры в экономическом пространстве заключается в том, что вопрос о легитимации ее даже не стоит, даже если востребованы при ее построении неформальные каналы. Это обусловлено тем, что между действием и результатом проходит слишком мало времени, и в отличие от других сфер результат конкретный и эмпирически осязаем – прибыль. Команда как канал носит эксклюзивный характер, т.к. обусловлена доминированием кросс-функционального, а не интактного взаимодействия. Уникальность профессиональной карьеры в экономической сфере заключается в том, что профессионализм и неформальные связи являются обязательными условиями ее успешности. Доминирующими карьерными якорями в экономической сфере являются профессиональная компетентность, созидательность и инициативность в сочетании с вызовом, в последнее время актуализировался такой якорь как стабильность. Что касается карьерного барьера, то, по мнению интервьюируемых ими в первую очередь выступают недостаток таких личностных качеств как лидерство, способность идти на риск и нежелание развиваться дальше, но гендер также никто не отменял. Карьерным же пределом может выступать эффект невезения, который рассматривается как вирус, которым можно заразиться, экономический кризис и системные изменения в обществе.

**Acknowledgements.** The article is drawn with the assistance of Russian Foundation for Humanities, Project «Professional career in changing social reality of Russian society» №. 15-53-00015.

**Nataliya Pyliachyk**

*Dr, Vasyl Stefanyk National Precarpathian University, Ivano-Frankivsk*

## **SEMANTIC-COGNITIVE OBJECTIFICATION OF THE CONCEPT *NATURAL PHENOMENA* IN THE ENGLISH LANGUAGE**

### **Abstract**

The article suggests an integrated approach to the study of semantic and cognitive objectification of the concept *NATURAL PHENOMENA* in the English language. The anthropological paradigm is predominant in the process of classifying all lexical units denoting natural phenomena into lexical-semantic fields that are the models of the semantic verbalization of the investigated concept.

**Key words:** concept, objectification, lexical semantic field.

At present stage of development of such branches of linguistics as practical semasiology and cognitive linguistics, the analysis of the problems of the categorization of a real life in the lexical language system and the investigation of new models of the semantic relations concerning the categories of cognition play a leading role. The basis of it is formed by the conceptual and thinking activity of a person that identifies objects and phenomena (as world view fragments) with the help of concepts which in their turn are represented in a language with the help of the variety of semantic fields.

For a long period of time the investigation of the semantic system of a language is performed with the help of the development of the theory of semantic fields which is a basis for the works of such scientists as Yu. Apresian, Yu. Karaulov, A. Ufimtseva, O. Ahmanova, M. Gorodetskiy, I. Sternin, Z. Popova, Zh. Sokolovska etc. as the system of a language exists in the first place for communicative purposes, during the last decade in the science the accent is made on “the factor of a person” in this language system and on the perception of such a basic unit of cognitive linguistics as a *concept* which reflects not only the language itself, but world view, thinking abilities and forms a knowledge structure. All these factors were the basic principles of such investigation of language in the works of the following linguists: O. Kubryakova, I. Sternin, Z. Popova, Yu. Stepanov, O. Maslova, O. Selivanova, N. Sluhay, T. Radziyevska and others.

Despite the fact that the problem of studying lexical-semantic fields has been investigated properly, some questions are still open to discussion. Thus we consider our investigation *urgent* from the point of view of combination of a traditional theory of field studying and cognitive linguistics achievements: the objectification of the concept *NATURAL PHENOMENA* with the help of definite lexical-semantic groups forming a lexical-semantic field.

Cognitive linguistics enters into polemics with the structural linguistics, but it doesn't object the structural approach; moreover it uses it in some sense. Structural

approaches to language based on the immanent presentation of a language, differed in various countries by their national scientific traditions. A sudden change in consciousness of the majority of scientists has caused the appearance of various new branches of linguistics: (psychological linguistics, ethnic linguistics, sociolinguistics, cognitive linguistics and lingvocultural linguistics). These branches showed inadequacy of the immanent approach to language which ignored the functional nature of language and its entering the processes of vital activity of a person and society.

If a person imagines the world as a system, its reflection in the semantic domain has its system peculiarities. In modern linguistics we have a constant idea about the system of vocabulary in different variations: thematic, semantic, syntagmatic, word building fields, synonymy, antonymy and others. The adherents of the structural approach proved that a lexical meaning – a complex unit; it means that it consists of smaller semantic elements; on the other hand, it can be included into a semantic unit of a higher level, leading to the hierarchy in the semantic system [3, pp. 144-157].

Cognitive approach to linguistics has proved that in the consciousness of every person all units are presented in a non-discrete way that is indistinct with its conventional core – a dominant unit and periphery – enlargement of possibilities of a core. This entirety is a main principle of functioning and development of a language system in the lexical-semantic subsystem of language.

The usage of structural methods of analysis in linguistics led to that fact that words of a different level of semantic propinquity were treated as a *field*. A semantic field is usually understood as a set of lexical units, linked by the community of meanings and those units reflecting notional and functional similarity of the represented phenomena of reality. The theory of semantic field is a basis for works of such great scientists as A. Ufimtseva, L. Vasiliev, H. Shchur, V. Gak, R. Gaisyna, I. Sternin, Z. Popova, Zh. Sokolovska, A. Bondarko and many others.

Taking into consideration the above mentioned definition of a field we define it as an optimal pattern, fixing the whole set of words, which more or less are connected with the verbalization of the investigated concept NATURAL PHENOMENA.

Clearly realizing the fact that “lexical-semantic field” and “concept” are studied by different branches of linguistics, but taking into consideration that the world view is inseparable, we try to compare these two notions for the construction of the lexical-semantic field of the concept NATURAL PHENOMENA. This concept is verbalized with the help of a lexical-semantic field NATURAL PHENOMENA including in its structure 3 microfields (ATMOSPHERIC CONDITIONS, WINDS, DISASTERS) with their names-identifiers which can be compared with the subconcepts ATMOSPHERIC CONDITIONS, WINDS, DISASTERS.

The question of coexistence of a concept and a lexical-semantic field is not much investigated in linguistics, as these two notions may be treated separately from each other because they refer to different branches of linguistic studying: cognitive linguistics (concept) and the field theory. Thus the attempts to interpret these phenomena by linguists have already taken place in linguistics. A. Averina tried to establish the coexistence of such notions as *word –field –concept* and to state their hierarchy. She considers that the correlation of these notions one can imagine in the following way: “*notional field – concept – semantic field – word*” [2, p. 20]. Taking into consideration the suggested scheme, concept performs the function of the intermediate link between a notional field and a semantic one; on the other side we can see close connection between the investigated notions of a concept

and a semantic field. In order to bring these two notions closer to each other, we find it reasonable to combine two approaches (cognitive and theoretical), establishing the methods of forming of a lexical-semantic field with the inclusion of a concept into its structure.

The concept is marked with a definite though indistinct structure, it explains its active role in the process of thinking. In linguistic studies the majority of investigators stand on the field model of a concept which includes a core and periphery (Z. Popova, I. Sternin, M. Boldyrev, O. Selivanova, S. Zhabotynska, R. Frumkina, A. Pryhodko).

Like a lexical-semantic field a concept is characterized by the core-periphery structure of lexical units that forms a cognitive field around a concept. The structure of the concept has cognitive characteristics which differ according to the level of brightness in the consciousness and are arranged in the structure of a concept with the help of a field approach [1, p. 48].

Investigating the correlation of a lexical-semantic field and a concept within a definite lexical-semantic paradigm *natural phenomena*, we stick to the semantic-cognitive approach of cognitive linguistics which is based on a lexical and grammar semantics of a language as a means of an access to the content of concepts, and their modeling from the semantics of a language to the conceptual domain (O. Kubriakova, M. Boldyrev, O. Rahilina, Ye. Lukashevych, Z. Popova, I. Sternin, G. Bykova). Basing on the above mentioned approach, we study the correlation of semantic processes (structure of a lexical-semantic field NATURAL PHENOMENA) and cognitive (concept NATURAL PHENOMENA as a core and key lexeme of the investigated field).

So, the concept is a semantic category *natural phenomena*, which is subdivided into 3 subconcepts: ATMOSPHERIC CONDITIONS, WINDS, DISASTERS.

Trying to compare the inner organisation of a concept and a lexical-semantic field, one must admit that the lexical units being combined, form some field structures within which lexemes and word combinations come into different relations with each other, covering a definite nominative domain. Each macrofield is divided into some microfields, between which there are definite hierarchic relations.

The establishment of the hypero-hyponymic relations between the lexical units, filling a lexical-semantic field and with the help of which the concept is verbalized, is one more proof of a definite combining of two different notions (concept and lexical-semantic field).

Some linguists interpret a concept as a mental formation which absorbs not only the invariant of the meanings of a represented word but also the invariant of its word building family and a semantic field of the same name (M. Boldyrev, I. Sternin, Z. Popova, V. Ubyiko and others). The concept is not taken out directly from the meaning of the word but is a result of correlation of a dictionary meaning with personal and national experience.

According to the given theory we consider the correlation of the lexical-semantic field and a concept possible as both a lexical-semantic field and a concept form a definite conception about the world fragment nor a part of such a fragment. On the basis of dictionary definitions we have chosen the lexical units constructing the lexical-semantic field NATURAL PHENOMENA, with the help of which the concept is verbalized. Investigating the problem of coexistence of a lexical-semantic field and a concept, we consider that the reconstructed concept model of a notional category NATURAL PHENOMENA is a background of a definite lexical-semantic field, formed by the nouns of a modern English.



Lexical-semantic analysis of the nouns denoting the notions of nature phenomena is done by means of studying of cognitive origin of the investigated category and its concrete language realization. The investigation of this category allows to establish the fact that the development of the English vocabulary is determined functionally and conceptually. The systematization of the abstract images and their verbal expression is implemented in terms of a field pattern, it shows the synthesis of a cognitive and language existence; the vertical field pattern discovers the dynamics of a semantic structure of the concept NATURAL PHENOMENA.

The field theory contains the coexistence of cognitive, nominative and communicative aspects of the analysis of the language material. Having a cognitive basis, being a mental space and indissolubly connected with the language, a field is a unit of a cognitive and information modelling. So, the nominative lexical-semantic paradigm in the form of a lexical-semantic field NATURAL PHENOMENA is a complete, open, dynamic and arranged system (by the semantic relations of hierarchy), which serves for the differential denotation of the semantic continuum and is characterized by the dominant word. We identify it with the concept NATURAL PHENOMENA. It must be admitted that both the dominant word and a concept denote common, very often encyclopedic meaning, known and accepted for the understanding in any linguoculture.

In conclusion it must be mentioned that all concepts arise from human's interaction with the world and can be verbalized in the form of lexical-semantic field reflecting the gained knowledge and experience. It was proved long ago that our conceptual system is shaped by our constant successful functioning in the physical and cultural environment. Concepts govern our thoughts. They also govern our everyday functioning. Our concepts mentor everything we perceive, how we get around in the world, and relate to other people. However, we are not aware of our conceptual system, it is by no means obvious. One way to find it out is by looking at language. Since communication is based on the same conceptual system that we use in thinking and acting, language is an important source of evidence for what that system is like.

#### References

1. *Sternin, J., Popova, Z. Semanticocognitive Approach in Russian Linguistics. Source: Respectus Philologicus (Respectus Philologicus), issue: 10 (15) / 2006, pages: 43-51.*
2. *Аверина, А. К проблеме соотношения семантики слова, концепта и семантического поля // Актуальные проблемы германистики. – Вып. 10. – Ч. 1. – Смоленск, 2006. с.10-23.*
3. *Гак, В. К проблеме общих семантических законов // Общее и романское языкознание. – М., 1972. – С. 144-157.*
4. *Канафиев, Р. Структурно-семантический и лингвокультурологический анализ полевой организации лексики : На материале семантического поля ОРУЖИЕ в русском языке : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01. - Иваново, 2005. - 214 с.*
5. *Убийко, В. Концептосфера человека в семантическом пространстве языка // Гуманитарные науки. Вестник ОГУ. М., 2004. – С.37-40.*

**Anton Serikov**

*PhD, Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University,  
Rostov-on-Don*

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МИГРАНТОВ И ПРИНИМАЮЩЕГО НАСЕЛЕНИЯ В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.**

### **INTERACTION OF MIGRANTS AND THE ACCEPTING POPULATION IN THE ROSTOV REGION**

#### **Аннотация**

В статье описываются миграционные процессы и межнациональные отношения в ростовской области. В статье показывается, что конфликтогенный потенциал миграции связан, прежде всего, с дискплементарностью этноинститутов принимающего и прибывающего населения. Для снижения уровня конфликтогенности межнациональных отношений необходимо развивать транзиторные институты, которые позволят «переводить» этноинституциональные требования принимающего сообщества в формы, мотивирующие мигрантов к интеграции.

**Ключевые слова:** этничность, миграция, диаспора, Ростовская область, адаптация, мигранты, межнациональные отношения

#### **Abstract**

In article migratory processes and the international relations in the Rostov region are described. In article is shown that the conflictogenic potential of migration is connected, first of all, with a diskoplementarnost of ethnoinstitutes of the accepting and arriving population. It is necessary to develop transmitting institutions to reduce the conflict potential of interethnic relations. Such institutions should be able to “translate” ethnoinstitutional requirements of the host community in the form which will motivate migrants to accept the local rules and behavior patterns.

**Keywords:** ethnicity, migration, diaspora, Rostov region, adaptation, migrants, international relations

Ростовская область продолжает оставаться одним из привлекательных для внешних и внутренних мигрантов регионов. Транзитное географическое положение (позволяющее Ростову-на-Дону называться воротами Юга России), обширная территория, стабильная социально-экономическая и политическая ситуация в регионе способствует тому, что потоки миграции на территории области остаются достаточно интенсивными. Регион обладает обширными территориями, различные районы которой отличаются друг от друга природно-климатическими условиями,

уровнем социально-экономического развития, положением в системе общественного разделения труда. Все это приводит к тому, что различные районы региона становятся привлекательными для совершенно разных групп мигрантов – от тех, для кого наибольшие возможности адаптации предоставляет ростовская агломерация до тех, кто специализируется на земледелии или скотоводстве в сельских районах области.

Несмотря на то, что русское население составляет по данным переписи 2010 более 88% населения Ростовской области, регион по праву считается зоной этнокультурного контакта, а Ростов-на-Дону относится к полиэтничным городам. Связано это не только с несовершенством официальной статистики, но и историей региона. В имидже региона присутствуют казацья доминанта: «Ростовская область – территория Всевеликого войска донского», именно с этнодинамикой донских казаков в большей мере ассоциируется данная территория, нежели с этногенезом русского населения. Это отображено и в топонимике (Новочеркасск, Старочеркасск и т.п.), и в символике региона. С другой стороны, в регионе еще с конца XVIII века были заложены традиции мирного проживания иноэтничного населения (Нахичевань, нынешний Мясниковский район), связанные с культурным обменом и взаимовлиянием. Наконец, сама история региона апеллирует к масштабным миграционными изменениям – прослеживается тюркское наследие и в топонимике, и отчасти в языке и культуре, кухне и т.п. Таким образом, само восприятие региона как принимающим, так и прибывающим населением носит многоуровневый характер, создает определенные имиджевые предпосылки для повышения миграционной привлекательности территории.

Если обратиться к официальным статистическим данным, то можно оценить число постоянно проживающих в Ростовской области человек с иностранным подданством не менее, чем в 15 тысяч человек. Большинство из них – представители стран СНГ (более 85%)<sup>1</sup>. В свою очередь в этой категории самыми крупными группами являются украинцы, азербайджанцы, армяне, узбеки<sup>2</sup>. За 2012 год по официальным данным на территорию области прибыло чуть более 93 тысяч человек, при этом из других регионов – более 39 тысяч, то есть более 40% всех мигрантов<sup>3</sup>. Из-за пределов страны на территорию области в 2012 году приехало более 5 тысяч человек, что составляет около 5,5% всех мигрантов. Учитывая, что выбыло за 2012 год с территории Ростовской области чуть более 89 тысяч человек, миграционный прирост составил более 3,5 тысяч человек. Следует отметить, что только три региона Южного ФО характеризуются такой миграционной привлекательностью, которая обеспечивает миграционный прирост населения. Наряду с Ростовской областью это Краснодарский край и Республика Адыгея. По остальным регионам округа – Республике Калмыкия, Астраханской и Волгоградской области наблюдаются отрицательные значения миграционного прироста населения.

Тем временем, с точки зрения социальной стабильности основное значение имеют не столько значение миграционного прироста, а совокупные масштабы

---

<sup>1</sup>По результатам переписи 2010 г. Источник:  
[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/perepis\\_itogi1612.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm)

<sup>2</sup>Там же.

<sup>3</sup>Источник:

[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_114\\_0096034906](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_114_0096034906)

миграции. Отмеченный выше особый транзитный и мультикультурный имидж региона связан именно с самой практикой миграции – в том числе между регионами Российской Федерации. На настоящий момент, если судить по официальным данным, получается, что «коренные жители» региона составляют меньшинство: более 2,2 миллиона жителей области родились за ее пределами, из них с 2003 по 2010 годы приехали в регион более 500 тысяч человек, и еще более 500 тысяч – с 1992 по 2003 год<sup>4</sup>. В совокупности около четверти населения области приехали на ее территорию за последние двадцать лет. Можно говорить в этой связи о волнах миграции, каждая из которых характеризуется своими особенностями с точки зрения этнокультурного состава, мотивации мигрантов, их адаптационного потенциала.

Различаются данные параметры и в территориальном аспекте, вызывая различную реакцию местного населения в зависимости от города или района куда направлен поток миграции. Сложная ситуация с точки зрения межэтнического взаимопонимания, как известно, складывается в восточных районах области, куда направлены миграционные потоки из Северо-Кавказских республик в силу того, что ландшафтно-климатические условия этих районов предоставляют возможности для овцеводства и иной хозяйственной деятельности, привычной для жителей республик. Все это приводит к превышению тех параметров миграции, которые безболезненно могли бы быть поглощены принимающей социальной средой с точки зрения интеграции прибывающего населения в местные сообщества, накоплению недовольства среди местного населения, которые трансформирует практически любые бытовые эксцессы в локальные межнациональные противоречия. При этом относительно высокий уровень межнациональной напряженности сохраняется по всей территории региона, включая крупные города. Социальной группой, особенно восприимчивой к межнациональным противоречиям и обладающей большим мобилизационным потенциалом, является молодежь Ростова-на-Дону, уже запомнившаяся своими выступлениями в декабре 2010 г.<sup>5</sup> В конфликт, спровоцировавший эти выступления, напомним, также был вовлечен приезжий из соседнего региона.

Таким образом, можно утверждать, что миграция оказывает непосредственное влияние на конфликтогенный потенциал в регионе, и должна учитываться как важнейший фактор мобилизации межнациональных противоречий. В связи с этим, необходимо системно исследовать условия для адаптации и интеграции прибывающих в местные и региональное сообщество, что должно способствовать снижению напряженности, укреплению законности и социально-экономической стабильности.

В 2015 году Южным федеральным университетом было проведено комплексное исследование межнациональных противоречий между мигрантами и принимающим населением в регионе. Целью исследования являлось выявление имеющихся межнациональных противоречий в отношениях принимающего населения и мигрантов, определении их причин и способов социальной вакцинации.

Исследование носило комплексный характер, поскольку проблема анализировалась как с позиций принимающего населения, так и с позиций мигрантов,

---

<sup>4</sup>Источник: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/Documents/portret-russia.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/portret-russia.pdf)

<sup>5</sup>См. Социологический портрет молодежи Ростовской области. Коллективная монография / Отв. ред. Ю.Г. Волков. Ростов н/Д: Изд-во МАРТ, 2012. – 342 с.

и дополнительно с позиций экспертов. Исследование строилось на сочетании количественных и качественных методик исследования.

Современные миграции являются важным фактором в «размывании» традиционных границ между государствами, культурами, этническими группами и регионами. При этом даже те люди, кто не совершают переезда самостоятельно, часто испытывают социальное или экономическое воздействие со стороны людей, въезжающих или выезжающих из их сообщества или региона. Поэтому современный период в истории обычно называют «эрой миграции». Как утверждают ученые, по мере выхода мировой экономики из глубокой депрессии миграционные потоки будут только возрастать. В то же время неконтролируемый приток мигрантов существенно меняет этнодемографическую ситуацию на всем Юге России (в частности, в Ростовской области), что приводит к росту межэтнической и межконфессиональной напряженности, как в экономической, так и в социальной, и культурной сферах.

Вместо формирования мультикультурного региона с этническим и религиозным плюрализмом на Юге России в последние годы наблюдается рост социально-политической неприязни к мигрантам и призывы ужесточить миграционную политику. Необходимость ее тщательной разработки и имплементации признают даже либеральные страны Западной Европы. Продуманное, системное и рефлексивное регулирование этнических миграций особенно необходимо как всем Юге России, так и в его отдельных регионах.

В сравнении с другими регионами Юга России межнациональные отношения в Ростовской области и конкретно в Ростове-на-Дону более стабильны. В последние годы, как фиксируют различные исследования, латентная напряженность возрастает, периодически возникают конфликты, в которых в той или иной степени проявляются мотивы межэтнической неприязни, хотя они очень редко являются доминирующими. Участниками таких конфликтов, как правило, является молодежь. То, что межнациональные отношения и миграция не являются проблемами «номер один» для жителей Ростовской области говорят распределения ответов на вопрос «Назовите пять самых важных проблем».

Проблема межнациональных отношений и миграции находятся далеко не на первых местах в рейтинге актуальных проблем. Впереди них: «Рост цен, инфляция», «Состояние медицинского обслуживания», «Низкая оплата труда», «Качество и стоимость медицинского обслуживания».

В целом, по мнению респондентов, межнациональные отношения в регионе стабильны, но происходит нарастание напряженности и поляризация в настроениях и общественном мнении, причем с дифференциацией по районам. Очень напряженными, критическими межнациональные отношения в Ростовской области назвали только 17% опрошенных, несколько напряженными эти отношения считает треть респондентов, тогда как около 40% жителей нашего региона оценило их как спокойные, нейтральные и доброжелательные.

Для того, чтобы проследить динамику межнациональных отношений в регионе, респондентам было предложено оценить изменения в этой сфере за последние несколько лет. Большинство опрошенных (80%) сказали об изменениях в отношениях, а большая часть из них утверждает, что изменения произошли в худшую сторону. Это можно объяснить большим количеством публикаций в СМИ и в сети Интернет (на федеральном и региональном уровнях), посвященных теме

межнациональных отношений, и громким откликом локальных конфликтов, которые произошли в донском регионе, в общественном мнении.

Вероятно, в определенной степени здесь сказываются стереотипы, сформировавшиеся под влиянием освещения СМИ этой проблемы, периодических кампаний по борьбе с ксенофобией, «этнизации» актов терроризма, бытовых конфликтов и т.п.

Хотя только на СМИ и «этнизацию» негативных явлений все списывать нельзя. Как показывает распределение ответов на вопрос «Приходилось ли Вам за последний год сталкиваться (наблюдать) какие-либо проявления межнациональной нетерпимости в городе, регионе?» 17% сталкиваются часто, 27% периодически, 36% редко. Всего лишь каждый пятый из респондентов не сталкивался с такими проблемами или затруднился с ответом.

Получив высокий процент респондентов, сталкивающихся с проявлениями межнациональной нетерпимости, интересно узнать как часто эти проявления происходят по мнению респондентов. Каждый пятый указал, что столкновения на почве национальной неприязни происходят часто, но абсолютное большинство утверждает о редкости таких негативных проявлений.

Близость Северного Кавказа оказывает влияние на социальную напряженность и межнациональные отношения в Ростовской области. Прежде всего, через актуализацию социальных проблем, связанных с нарастанием миграции, недостаточной адаптацией мигрантов к условиям и требованиям принимающего сообщества.

В свете некоторого конфликтного потенциала межнациональных отношений в регионе, интересно выглядят цифры, описывающие различные виды проявлений межнациональной нетерпимости, которые кажутся респондентам наиболее опасными. Самым опасным проявлением общественное мнение выбрало «унижение, оскорбление и угрозы в адрес людей другой национальностей» и «осквернение, разрушений национальных памятников и храмов».

Вопрос о причинах и социальных зонах конфликтов между принимающим населением и мигрантами является, пожалуй, одним из ключевых с точки зрения диагностики ситуации, прогнозирования ситуации и предупреждения конфликтов. Данный вопрос тесно связан с общей диагностикой восприятия общественным мнением проблемы миграции и межнациональных противоречий: как было показано выше сама по себе проблема межнациональных отношений занимает далеко не самое важное для местного населения положение, уступает по значимости таким прозаичным проблемам как инфляция, качество ЖКХ, здравоохранения и уровень жизни. Общая рейтинговая значимость проблематики межнациональных отношений, как было показано, в предыдущем разделе находится на уровне около 15%. Примерно такая же цифра довольно часто встречается в комментариях экспертов, когда они оценивают масштабы распространения межнациональной нетерпимости конфликтов (*«В целом стабильные, но до 15% населения разной этнической принадлежности испытывают друг к другу неприязнь»*). Данное обстоятельство нужно иметь в виду, когда мы рассматриваем оценки и мнения респондентов относительно причин и сфер конфликтов с мигрантами, с представителями других национальностей. Например, если мы имеем дело с ответами на открытые вопросы, то их следует интерпретировать как примеры, как указания на факты, а не как диагностические определения. С другой стороны, в частном есть проявление общего, поэтому, и

типичные определения и оценки, и даже частные примеры могут нам указать на проблемные сферы взаимоотношений местного населения и национальных меньшинств.

Нас интересовало, что больше всего влияет на изменение межнациональных отношений в городе (районе). Набор вариантов ответа в данном случае использовался достаточно устоявшийся, апробированный в нескольких исследованиях. Именно поэтому здесь мы встречаем такой вариант ответа как «нестабильность на Северном Кавказе». Данная позиция продолжает, как и в течение многих предыдущих лет, оставаться лидирующей. Однако, вполне возможно, что уже сейчас на первый план начинает выходить иная тенденция.

Дело в том, что сам по себе ответ «нестабильность на Северном Кавказе» на вопрос о причинах межнациональной напряженности отсылает, – даже в случае такого южного региона как Ростовская область, даже при учете того, что область также пострадала и от терактов в период контртеррористических операций в Чечне, и понесла боевые потери среди сотрудников МВД, Минобороны, – к относительно абстрактным причинам, мотивам, которые формируются преимущественно через каналы СМИ, а также посредством обмена информацией через знакомых и родственников, в образовательных институтах и т.д. То есть речь в данном случае идет преимущественно об опосредованной мотивации оценки.

Появилось два других варианта ответа, которые входят в лидирующую группу, в основе своей содержат уже не такую абстрактную мотивацию, как ответ о нестабильности на Северном Кавказе. Эти два варианта ответа, как мы видим, следующие: «неуважение приезжих к языку, обычаям, культуре коренного населения» (42%), и «миграция из других регионов» (41%). Безусловно, эти ответы также в значительной степени мотивированы оценками и сообщениями, транслируемыми СМИ, однако все же предмет суждений здесь совсем иной. Это уже не абстрактный для большинства Северный Кавказ с его противоречиями, а свой, домашний регион. Именно о своем регионе говорят респонденты, когда указывают на оппозицию «коренное население – приезжие».

Характерно, что оба варианта ответа завязаны на тему миграции. То есть миграция воспринимается не сама по себе, а как процесс, связанный с культурным давлением, со сложностями интеграции прибывающего населения. Миграция начинает восприниматься общественным мнением как основной фактор, влияющий на стабильность межнациональных отношений. Причем, речь в настоящее время идет, главным образом, о внутрироссийской миграции, о приезжих из северокавказских республик. Таким образом, к настоящему времени сформировался вполне отчетливый общественный запрос на усиление государственного регулирования процессов миграции, контроля над этническим балансом в регионе и одновременно более эффективную политику в области культурной интеграции мигрантов.

Далее мы спрашивали, кто, по мнению респондентов, виноват в ухудшении межнациональных отношений. Этот вопрос был сформулирован в анкете как уточнение диагностического вопроса о динамике межнациональных отношений. Стоит обратить внимание на то, что доля тех, кто возлагает вину за ухудшение отношений главным образом на мигрантов (44%) очень близок к количеству респондентов, указавших на миграцию как основную причину ухудшения межнациональных отношений в выше анализируемом вопросе.

Помимо тех, кто возлагает основную вину на мигрантов, имеется практически такая же по мощности группа респондентов, кто считает вину обоюдной. Обратим внимание, что лишь 7% опрошенных указывают на вину принимающего населения. Такое соотношение ответов говорит о том, что в обществе сформировалась достаточно устойчивая структура общественного мнения по отношению к мигрантам. Она характеризуется, как мы видим, не очень высокой степенью толерантности, но резервы оценок на уровне «здорового смысла» остаются весьма высокими. В государственной политике по контролю за миграционными и интеграционными процессами, в том числе связанными с перемещениями граждан России из северокавказских республик в русскоязычные регионы, следует учитывать данное соотношение. На самом деле те люди, которые настроены не однозначно апологетично по отношению к местному населению, и не однозначно критично по отношению к мигрантам, те, кто выбирает усредненные оценки – это своеобразный аналог среднего класса в социально-экономической структуре общества. Они занимают взвешенную позицию, и они будут наиболее восприимчивы к доводам, связанным с преодолением негативных стереотипов по отношению к национальным меньшинствам. Такие доводы, и с законодательной, и с научной точки зрения, нужно строить на основе аргументации об общероссийской идентичности. На это, в частности, указывают эксперты: *«Фоновая напряженность определяется слабой общероссийской идентичностью у молодежи в смысле общей системы ценностей и стереотипов поведения».*

На вопрос об основных социальных зонах этносоциальных конфликтов в анкете всего было предложено семь закрытых вариантов ответа (можно было выбрать любое количество ответов), а также открытый вариант «другое». Кроме того, данный вопрос, по сути, дублировался в открытой форме, когда у респондентов спрашивали о том, в чем заключается вина приезжих и какие примеры конфликтных ситуаций могут вспомнить респонденты.

Необходимо отметить, что распределение полученное распределение отражает не удельную частоту конфликтного контакта в той или иной сфере, а частоту суммарную. Это означает, что по степени конфликтности, например, сфера торговли может значительно превосходить сферу образования. Скажем, на 100 этноконтактов принимающего населения в этой сфере приходится 50 конфликтов (условно). Но доля респондентов, включенная в социальные отношения, связанные с рыночной торговлей значительно ниже, нежели доля респондентов, включенных в социальные отношения, связанные с институтом образования (где на 100 этноконтактов может приходиться 5 конфликтов). Таким образом, в итоговом рейтинге сфера образования занимает более высокие позиции – именно из-за широты социальной базы, включенной в данный вид отношений. В инструментарий для компенсации этого фактора была введена возможность выбора любого количества ответов на данный вопрос, и, тем не менее, при всех оговорках, нельзя не заметить, что выделилась группа наиболее конфликтных сфер общественной жизни: различные места досуга (кафе, бары, рестораны) – 52%; сфера образования (школы, колледжи, вузы) – 43%, и конфликты на дорогах – 42%. Данная структура ответов с убедительностью показывает, что когда респонденты говорят о межнациональных конфликтах, они прежде всего, имеют ввиду конфликты с гражданами России, с представителями кавказских народов. Этот вывод вытекает из доминирующих сфер, которые обозначены: сфера образования в Ростовской области, по определению,



включает в себя небольшое количество детей мигрантов из Азии или дальнего зарубежья; также мигранты из Азии не являются частными гостями увеселительных заведений, поскольку в большинстве случаев этому не способствует режим их труда и размер заработной платы; наконец, что касается конфликтов на дороге, то здесь применима такая же логика. Данный вывод подтверждается также и ответами на открытый вопрос, где большинство «неместных» связываются с кавказской идентичностью.

На наш взгляд, из представленных распределений следует сделать еще два важных и достаточно тревожных вывода. Во-первых, мы сталкиваемся с тем, что сегодня практически во всех зонах и сферах этносоциального контакта имеется тот или иной конфликтогенный потенциал, точнее уровень конфликтности. И примечательно, что эти, по большей части, бытовые конфликты население интерпретирует в этносоциальных терминах. Второй вывод заключается в том, что сегодня даже такой с «занормативированный» социальный институт как образование является одной из наиболее значимых с точки зрения распространенности этносоциальной конфликтности сфер. Это достаточно тревожный сигнал. По идее, сфера образования должна быть транслятором общей для данного общества культурной матрицы, должна развивать взаимопонимание, способствовать интеграции. Вероятно, в большинстве своем, все это имеет место, но протекает на фоне довольно жестких межэтнических противопоставлений и высокого уровня конфликтности.

Если судить по трем наиболее значимым с точки зрения конфликтного потенциала сферам, реальные конфликтные ситуации, спровоцированные мигрантами связана, главным образом, с агрессивностью, невежественным или хамским поведением. Но этот фактор накладывается на два важных обстоятельства: а) социально-экономическую депривацию населения, экономическую конкуренцию с более активными и агрессивными в экономическом плане мигрантами; и б) с широко распространенными этническими стереотипами, низким уровнем толерантности. Второй пример показателен, поскольку громкость речь – вещь субъективно воспринимаемая и культурно детерминируемая. В этом смысле показательным является мысленный эксперимент, сводящийся к тому, чтобы попросить респондента вспомнить ситуации, когда также громко или еще громче в общественных местах разговаривали русские или европейцы (такое действительно часто бывает), и как они на это реагировали, в каких терминах воспринимали ситуацию, а также ситуации, когда кавказцы не разговаривали громко в автобусе. Эти частные примеры показывают, что отношение к мигрантам действительно является производной нескольких факторов. И само поведение мигрантов (разумеется, отдельных из них) – не всегда фактор определяющий.

В связи с этим модельным сценарием, логично было бы рассмотреть те меры, которые по мнению населения, являются эффективными для предотвращения межнациональных конфликтов. Как и в некоторых других случаях, в данном случае общественное мнение выделяет группу лидирующих позиций, которые по отношению друг к другу носят несколько противопоставительный характер. С одной стороны, респонденты указывают на то, что властям следует жестко пресекать любые проявления национальной нетерпимости (48%). С другой, почти столько респондентов (45%) указывает, что необходимо срочно ужесточить контроль над миграционными потоками, значительно ограничить их. Характерно, что обе меры, по

сути, носят *символически запретительный характер*, они обе как бы иносказательно демонстрируют желание общественного мнения отгородиться от проблемы – в первом случае не говорить о ней (поскольку «пресечение» – это, в первую очередь, запрет обсуждения), во втором – отгородиться от нее («запретить миграцию»). Варианты же ответа, связанные с теми или иными алгоритмами «позитивного ответа» на миграцию – просвещение, образование, культурная интеграция, повышения уровня культурных компетенций мигрантов – являются значительно менее популярными. Такая структура оценок общественного мнения указывает на том, что проблема миграции не актуализирована в положительном дискурсе, она непонятна для большинства, вызывает страх и желание отгородиться. Усиление же миграционных потоков для большинства принимающего населения будет означать нечто иное как усиление неопределенности их собственных поведенческих моделей.

Когда мы говорим о проблемах миграции в России, мы также должны иметь в виду, что миграционные потоки имеют не только этническое, языковое и даже цивилизационное измерение. Важнейшим их аспектом является привнесение в более или менее модернизированное общество норм, ценностей и институтов традиционного общества. Именно по этому, как указывают эксперты, даже сама по себе этничность (инаковость) становится конфликтным фактором. Относясь к традиционному социуму, этничность мобилизует конкуренцию институтов на всех уровнях – экономическом, поведенческом, ценностном и символическом. Помноженная на депривацию местного населения, подобная мобилизация приводит к следующим явлениям.

Распределение ответов на вопрос о том, «при каких условиях миграция для вас будет приемлема» показывает, каково общественное восприятие идеальной государственной политики в сфере миграции. Во-первых, эта политика должна быть продуманной, сбалансированной и жесткой. Все эти качества должны привести к тому, что миграционные потоки, в первую очередь, не должны вести к ухудшению жизни местного населения (46%). Довод предельно простой и вместе с тем, предельно разумный. Здесь необходимо добавить, что миграционная политика большинства экономически развитых стран мира строится именно на этом принципе. И даже наоборот, миграция должна компенсировать реальный дефицит на рынке труда, способствовать развитию новых отраслей экономики. На наш взгляд такая прагматичность общественного сознания – скорее следствие его толерантности, чем наоборот. Потому что будь главными причинами, по которой следует ограничить миграцию культурные, популярность ответа «мигранты должны быть преимущественно славянами» (29%) была бы значительно выше. С другой стороны, прагматичная толерантность принимающего населения проявляется в том, что значительной части опрошенных (37%) хотелось бы видеть у мигрантов наличие веских причин для их переселения в Россию (в регион) помимо просто желания.

Мировой и российский опыт последних десятилетий показывает, что процесс глобализации не подрывает основы существования этносов в современном мире, а создает условия для новых форм бытия и проявления этнического фактора во всех сферах человеческой жизни. Укрепляющаяся российская гражданская идентичность должна конструироваться не только в форме российской (политической) нации, но и включать в себя исторически сложившиеся в России этнические, конфессиональные и другие социокультурные идентичности, вполне способные конструктивно взаимодействовать друг с другом в эффективном и социально справедливом государстве.

Для укрепления гражданской идентичности и обеспечения безопасности и полноправного этнокультурного развития народов Российской Федерации необходим комплекс мер в государственно-правовой, социально-экономической, культурно-образовательной и международной сферах.

Создание позитивных образов межэтнических отношений, российской идентичности, патриотизма в современном мире безальтернативная задача, но не стоит забывать о советском социальном конструировании общей идентичности в результате организации взаимодействия по реализации общих интересов и общих дел людей разной национальности – крупные стройки, высокотехнологические предприятия, совместные научные проекты общероссийского и макрорегионального характера. Без этого пропаганда и агитация будут давать лишь временный эффект.

Важнейшим каналом утверждения гражданской идентичности является образование. Проблема соотношения гражданского и этнического – деликатная, требует профессионального подхода. Федеральные и региональные учебники должны быть согласованы, для этого в федеральных округах целесообразно создать учебно-методические объединения.

Административная элита, научная и образовательная этническая интеллигенция могут быть идеологами, как общероссийской идентичности, так и носителями этноцентризма. Нужно использовать региональные институты госслужбы, институты повышения квалификации ведущих вузов для профессионального общения специалистов из разных регионов, реализовать через них задачи модернизации и федеральной политики. Вместе с модернизацией социальной среды это важнейшее условие преодоления этноцентризма.

Как уже было сказано, одной из основных причин эскалации напряженности межнациональных отношений является формирование и расширение этнических диаспор и противоречивые взаимодействия их членов с принимающим обществом. Ростов-на-Дону является региональным центром на Юге России, он самый крупный в области и обладает относительно развитой административной, образовательной, досуговой и обладает инфраструктурой. Поэтому динамика социально-экономического развития города и его традиционная многонациональность усиливает привлекательность Ростова для переселенцев. В городе фиксируются различные миграционные потоки: сюда приезжают с целью получения образования, повышения социально-профессионального статуса, стремления найти работу. Но миграционная подвижность населения зачастую сопряжена с обострением социальной напряженности в городе, усилением конкуренции на рынке труда, нарастанием степени агрессивности восприятия иноэтничных групп. Между тем необходимым условием формирования позитивной идентичности с регионом является относительная комфортность взаимодействия различных групп его населения.

**Grzegorz Sroślak**

*PhD, associate profesor, Jagiellonian University in Kraków*

**Nona Gubnelova**

*Lecturer, Institute of Sociology and Regional Studies of Southern Federal University, Rostov-on-Don*

## **ФЕДЕРАЦИЯ ГОСУДАРСТВА И БЮДЖЕТНЫЙ ФЕДЕРАЛИЗМ**

### **FEDERATION OF STATE AND FISCAL FEDERALISM**

#### **Аннотация**

В статье рассматриваются теоретические аспекты федеративного устройства России, закрепленного Конституцией РФ и основанного на характерных принципах. Выделяются основные этапы развития российского федерализма и анализируется практика текущего состояния федерализма в России, имеющая специфические признаки.

Выделяется понятие «бюджетный федерализм» как составная часть общего понятия «федерализм» и как системное явление в рамках государственного устройства России. Рассматриваются предпосылки и задачи бюджетного федерализма, его типы, концепции реализации, основные черты и конституционные принципы. Характеризуется механизм формирования и существования системы бюджетного федерализма в российской практике, определяются его проблемы и перспективы развития в рамках государственного устройства России.

**Ключевые слова:** Российская Федерация, федерация, федерализм, государственное устройство, Конституция РФ, унитарное государство, федеративное государство, федеративная система РФ, российский федерализм, демократия, федеративность, бюджетный федерализм, модели бюджетного федерализма, бюджетное устройство, бюджетная система РФ, бюджетно-налоговая система РФ, финансовая система РФ, бюджетно-налоговый федерализм, межбюджетные отношения, бюджетные и налоговые полномочия, рыночно-бюджетный федерализм, федеральный бюджет, бюджетное выравнивание.

#### **Abstract**

The article deals with the theoretical aspects of the federal structure of Russia, the Russian Federation fixed by the Constitution and specific principles. Singles out the main stages in the development of Russian federalism and analyzes the current state of the practice of federalism in Russia, which has specific features.

Provided the concept of «fiscal federalism» as part of the general concept of «federalism» and as a systemic phenomenon in the Russian part of the state apparatus. Preconditions and objectives of fiscal federalism, its types, the implementation of the concept, the basic features and constitutional principles. It is characterized by the

mechanism of formation and existence of the system of fiscal federalism in the Russian practice, defined by its problems and prospects of development of the state system of Russia.

**Keywords:** Russian Federation, the federation, federalism, government, the Russian Constitution, the unitary state, a federal state, the federal system of the Russian Federation, Russian federalism, democracy, federalism, fiscal federalism, a model of fiscal federalism, budget structure, the budget system of the Russian Federation, fiscal system of the Russian Federation, the financial system of the Russian Federation, fiscal federalism, intergovernmental relations, budgetary and fiscal powers, market-fiscal federalism, the federal budget, fiscal alignment.

### *1. Федерализм в России. Теоретические основы федеративного устройства в РФ*

Для понятия «федерализм» как объекта научного исследования характерен комплексный многоуровневый анализ, поэтому его нельзя однозначно причислить к конкретной научной дисциплине. Проблема федерализма находится в центре пристального внимания российских и зарубежных ученых и рассматривается в рамках таких наук, как: политология, юриспруденция, теория управления, экономическая теория, регионоведение и других.

Анализ проблемы федерализма основан на определении отношений между данной категорией и категорией «федерация», находящихся в тесной корреляции. Понятие «федерализма» значительно шире понятия «федерация», поскольку определяется такими факторами, как принципы, концепция и парадигма государственного устройства, позволяющими утвердить единство плюрализма государственной и общественной власти на многих ее уровнях в условиях территориальной организации. Федерализм понимается и используется в качестве механизма нивелирования дифференциаций и объединения людей и общественности на общегосударственном уровне. Федерализм – это порядок и форма государственного устройства, определяющая разделение власти в государстве между разными территориальными органами власти и администрации в вертикальной системе. Таким образом, анализ понятия «федерализм» охватывает широкий спектр проблем и вопросов. Существенной частью данного анализа является идеотворческий элемент. С одной стороны, федерализм выступает как федеральное государственное устройство, с другой стороны, функционирует независимо от обязывающего в данном государстве юридического (конституционного) устройства. Так, существуют сильные унитарные государства с очень развитыми основами федерализма и государства федеративного характера, в которых федеративные процедуры не находятся на наивысшем уровне. Правильное функционирование федерализма основано не только на правовых и конституционных урегулированиях, но и на реальных функционирующих механизмах.<sup>1</sup> Практика развития федерализма в России

---

<sup>1</sup> Elazar D. (ed.) *Federal Systems of the World: A Handbook of Federal, Confederal and Autonomy Arrangements*. 2nd ed. Harlow: Longman Group Limited, 1994. P. 2-7, 16; Элейзер Д. Дж. Сравнительный федерализм // Полис. 1995. № 5. С. 106-115.; Пахомов В.Г. Идеи федерализма в политико-правовой мысли России в исследовательском поле // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. № 5. С. 73-77; Умнова И.А.

показывает, что данная категория значительно шире формы или принципа, создающего определенный тип государственного устройства. Принципы федерализма существуют в большинстве государств независимо от формы их государственного устройства.

Существует две основные формы государственного устройства: унитарная и федеративная. Унитарное государство представляет собой единый, «организм», создаваемый административно-территориальными единицами, не имеющими права собственного местного законодательства, но способными издавать такие нормативные акты, как решения и постановления.<sup>2</sup> Федеративное государство – это сложный «организм», субъекты которого, обладая государственным суверенитетом, объединяются в государство для решения общих долгосрочных задач. В теории различают автономную и союзную (договорную) федерации.<sup>3</sup>

В российской литературе за основу берутся конституционные источники федеративности в стране. Как правило, федеративное устройство России функционирует на основе Конституции 1993 года, используя принцип государственной целостности, единство системы государственной власти, разделение компетенций и прав между органами государственной власти и ее субъектами, равноправия народа.<sup>4</sup> Особое значение приписывается принципу неделимости территории России. Согласно статье 13 Конституции РФ, «запрещается создание и деятельность общественных объединений, цели или действия которых направлены на насильственное изменение основ конституционного строя и нарушение целостности Российской Федерации, подрыв безопасности государства, создание вооруженных формирований, разжигание социальной, расовой, национальной и религиозной розни».<sup>5</sup>

В строительстве федеративной системы России используются существующие мировые решения, особенно американские. В российской литературе описываются западные образцы федеративного устройства. Так, понятие российского федерализма понимается как определенного рода альтернатива по отношению к «западным» определениям данной категории и выражает самостоятельность российской научной мысли о государстве, в том числе федеративном.

## 2. Практика российского федерализма

Среди юристов, научных работников и политиков, репрезентирующих положительное, в нормативном смысле, отношение к существующим конституционным решениям, существует убеждение, что решения, заключенные в Конституции РФ, создают предпосылки для совершенствования управления большим государством, укрепления российской государственности и территориальной и социальной общности, развития демократии посредством соблюдения прав народов,

---

Конституционные основы современного российского федерализма. Учебно-практическое пособие / Науч. ред. Г.А. Гаджиев. М., 2004. – 304 с.

<sup>2</sup> Рассолова М.М. Теория государства и права: Учебник для вузов. М., 2001. С.84.

<sup>3</sup> Чиркин В.Е. Модели современного федерализма: сравнительный анализ // Государство и право. 1994. № 8-9. С. 151-152.

<sup>4</sup> Конституция РФ. Электронный ресурс <http://www.constitution.ru/> (дата обращения: 29.01.2016 г.).

<sup>5</sup> Там же.

проживающих на территории РФ, обеспечения необходимого равновесия между экономическими, политическими, этническими и социальными сторонами жизни. Федеративное право в России тесно связано с демократической системой власти. Так, например, существует убеждение, что федерализм – это «территориальное выражение демократии». <sup>6</sup> Однако даже «позитивные» авторы не отрицают определенных проблем реализации федерализма, особенно являющихся производной реальной политической практики. К одной из наиболее главных проблем относится соединение тенденций централизованных и децентрализованных, демократических и авторитарных методов властвования. В эффе́кте существует государство с внутренне противоречивыми механизмами, так называемое «государство фиктивного федерализма, <sup>7</sup> номинального федерализма <sup>8</sup> или государство с неустойчивой (нестабильной) организацией, имеющей «по ряду аспектов более декларативный, нежели реальный характер».<sup>9</sup>

В российской практике существуют другие негативные мнения, касающиеся текущего состояния федерализма в России. Так, например, А.Н. Кольев замечает, что российский федерализм в большой степени осмел себя нарушениями Конституции для текущих потребностей политического процесса, изменяющего элементы системы из разных уровней на равноправных партнеров, ликвидируя законно существующее иерархическое различие. Автор обращает внимание на то, что предпосылкой подобных формальных погрешностей в пользу потребностей партнерских соглашений являются партикулярные интересы групп, стоящих во главе отдельных субъектов Федерации. <sup>10</sup> Другой автор С.Н. Бабурин считает, что критическое отношение к практике российского федерализма временами интерпретируется как народно-государственный нигилизм, перерождающийся в национальный нигилизм, согласно которому в правовую систему понятийного хаоса входят юридические указы с периода Советской России, особенно по отношению к проблеме иерархии прав.<sup>11</sup>

Часто в литературе негативно воспринимается проблема переориентирования западных образцов и решений федерализма на российскую практику. Так, например, по мнению И. И. Погожаевой, в 90-х годах предпринимались попытки нахождения новых форм федерализма, основанные на «обогащении» российской государственности рядом органов, скопированных из указов функционирующих моделей в США и Западной Европе. Причем, особым вниманием пользовались решения, ведущие к ослаблению в вертикали власти, игнорированию этнической дифференциации в постсоветских пространствах и пренебрежению политической,

---

<sup>6</sup> Элейзер Д.Дж. Сравнительный федерализм // Полис. 1995. № 5. С. 106-115.

<sup>7</sup> Салмин А. Российская Федерация и федерация в России // Мировая экономика и международные отношения. 2002. №2. С. 48.

<sup>8</sup> Ковалев В.А. Федерализм и российская политика в рамках «управляемой демократии» // Демократия и федерализм в России. М., 2007. С. 236.

<sup>9</sup> Фарукшин М.Х. Институциональные пробелы в российском федерализме // Демократия и федерализм в России. М., 2007. С. 180.

<sup>10</sup> Ковалев В.А. Федерализм и российская политика в рамках «управляемой демократии» // Демократия и федерализм в России. М., 2007. С. 298.

<sup>11</sup> Бабурин С.Н. Территория государства: правовые и геополитические проблемы. М., 1997. С. 139.

культурной и организаторской самостоятельностью многих регионов РФ.<sup>12</sup> По мнению части политиков и научных работников, в результате возникла модель дезинтеграции, разрушения суверенитета государства и его наций, при которой федеративность в Европе означала новую модель интеграции и способ решения общественно-экономических проблем в России.

Понимание федерализма в России обосновывает предложения для его будущего. Например, А.Б. Зубов замечает, что «федерализм, как учреждение для России имеет ненатуральный характер (не внутренний) и по отношению к объективным потребностям страны должен быть чем-то внешним и отброшенным целиком. Следует его не реформировать, не видоизменять из условной формы на форму октроированную (дарованную), что и так является невозможным с точки зрения обязывающей правовой системы. От федерализма следует отказаться полностью».<sup>13</sup>

В эффekte, в России возникла федеративная система специфического типа, которой характерны следующие признаки:

- неоднородный (смешанный) этнический характер внутренней структуры федерации, ведущий к национальным конфликтам;
- неравномерность и разнообразие точечной шкалы для установления избирательного большинства населения данной территории;
- неравенство статуса субъектов федерации (различия между республиками и другими субъектами);
- существование субъектов федерации, входящих одновременно в состав других субъектов;
- существенное экономическое, общественное и политическое дифференцирование регионов по условиям жизни и работы, уровням развития общественной и демократической структур и процедур, уровню гражданской активности и преференции политических граждан;
- зависимость субъектов от финансовой помощи из центрального бюджета;
- авторитаризм областных элит и меньший, чем на уровне центральной власти, гражданский контроль;
- высокая зависимость уровня финансовой помощи и жизненного уровня граждан для выбранного субъекта от личных контактов областной власти с центральной властью.

С исторической точки зрения выделяются следующие основные этапы развития российского федерализма:

1. Создание основ социалистического федерализма в 1918-1936 годы.
2. Создание государства номинально федеративного характера, а практически унитарного (независимо от конституционного характера) в 1937-1985 годы.
3. Реформы государственного устройства, предшествующие принятию

---

<sup>12</sup> Погожаева Е.Ю. Российская федеративная государственность в институционально-правовом контексте: автореферат диссертации кандидата юридических наук. Ростов-на-Д., 2007. С. 15.

<sup>13</sup> Зубов А.Б. Унитаризм и федерализм (К вопросу о будущей организации государственного пространства в России) // Политические исследования. 2000. №5. С. 32-52.



Конституции в 1993 году.<sup>14</sup>

Федерализм российского государства – это производная сосуществования общественно-государственных и территориальных факторов формирования федеративности, в частности, исторического опыта отношений между центром и регионами. В практике российского федерализма существенное значение имеет соединение народно-государственной и административно-территориальной основ строительства системы управления государством и экономикой, что является производной многонациональности государства. В течение многих столетий своего формирования российское государство было полиэтническим. В современном российском государстве на основании переписи населения с 2010 года проживает более 190 этнических групп.<sup>15</sup>

Таким образом, построенная структура федерализма в России характеризуется существенными внутренними неравностями в отношении ее субъектов с центральной властью: республики располагают большими компетенциями и возможностями, чем номинально равноправные им в структуре федерации края, города и округа (территории). Проблемы современного российского федерализма, по признанию многочисленных авторов, научных работников и политиков, должны быть решены посредством принятия концепции в виде территориальной формы демократии, однозначного определения сферы компетенции и сферы собственности в отношениях между центральным уровнем и низшими уровнями административно-территориальной структуры государства. Необходимыми мерами для российского государства являются передача сферы финансовых компетенций из центра на низшие уровни территориальной структуры одновременно с передачей ответственности за имеющиеся права и использованные финансовые средства, а также демократизация политической жизни в России во взаимной связи с развитием федеративности. В целом, условием демократизации является развитие федеративности, а условием развития федеративности является рост демократизации и уровня гражданской ответственности.

### **3. Бюджетный федерализм**

Понятие «бюджетный федерализм» является составной частью общего понятия федерализма. Существуют два основных типа бюджетного федерализма: децентрализованный и кооперативный. Децентрализованная модель существует в таких государствах, как Канада, США, Великобритания, Япония. Данная модель характеризуется относительно высокой финансовой (налоговой, бюджетной и расчетной) самостоятельностью регионов. Кооперативная модель бюджетного федерализма существует в большинстве европейских стран и характеризуется следующими признаками:

- участием регионов в перераспределении национального дохода;
- высокой ответственностью центра за состояние региональных финансов;
- ограничением самостоятельности региональных властей в вопросах внешних заимствований;

---

<sup>14</sup> Баглай М. В. Конституционное право Российской Федерации. Учебник. М., ИНФРА-М, 1998. С. 292.

<sup>15</sup> По данным Федеральной службы государственной статистики. Электронный ресурс <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 06.02.2016 г.).

— существованием механизма перераспределения денежных средств между уровнями бюджетной системы через субсидии, дотации, субвенции и т.п.<sup>16</sup>

Анализ систем бюджетного федерализма в федеративных государствах позволяет выделить определенные и нижеуказанные предпосылки, отражающие стандартную модель бюджетного федерализма:

- существование уровней бюджетно-налоговой системы;
- существование юридического или условного разделения компетенций и ответственности каждого из уровней власти за конкретные направления и виды деятельности на определенной территории;
- существование определенных представлений о величине необходимых расходов, налоговых и неналоговых доходов для осуществления на каждом уровне власти и бюджетной системы их компетенций и ответственности;
- осуществление программ, стимулирующих развитие отдельных регионов и других субъектов данного государства.

Данные характеристики стандартной модели бюджетного федерализма проходят необходимые изменения при адаптации к условиям конкретного государства. Однако следует учитывать, что применение стандартной модели бюджетного федерализма по отношению к характеристике данного государства должно соответствовать конкретным экономическим и историческим условиям. Российская модель бюджетного федерализма с формально-исторической точки зрения построена по описанному стандарту бюджетного федерализма. Данная модель основывалась на конституционно задекларированном разделении «предметов государственного (территориального) управления» между федерацией, ее субъектами и муниципальными органами и использовании законно урегулированных структурных указов относительно разделения компетенции на всех уровнях власти.

Для дефиниционного уточнения рассматриваемой категории под «бюджетным федерализмом» понимается форма бюджетного устройства в федеративном государстве, предполагающая учет интересов всех участников бюджетного процесса на основе достижения компромисса и самостоятельного управления функционированием всех звеньев бюджетной системы. Государство на всех стадиях бюджетного процесса, используя установленные принципы, методы и способы формирования бюджетных доходов и расходов, формирует бюджетные взаимосвязи, определяет пропорции распределения централизованных ресурсов и методы их использования.<sup>17</sup> В широком смысле, «бюджетно-налоговый федерализм – это форма обеспечения единства и, одновременно, самостоятельности бюджетов различных уровней государственной власти в соответствии с их функциями и полномочиями, основанная на четких, закреплённых законодательством нормах.<sup>18</sup>

Одним из основных качеств федеративного государства является соответствие основных направлений экономической политики, осуществляемых как федеральным

<sup>16</sup> Иванов В.В. Типология межбюджетных отношений и моделей бюджетного федерализма // Вестник МГТУ. 2010. Том 13. № 1. С. 5-7; Казаков В.В. Зарубежный опыт регионального выравнивания // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 3 (13). С. 170-176.

<sup>17</sup> Белозеров С.А., Горбушина С.Г. и др. Финансы: Учебник / Под ред. Ковалева В.В. 2-е изд., перераб. и доп., М., 2004. - 512 с.

<sup>18</sup> Садков В.Г., Аронов Д.В. Бюджетно-налоговый федерализм в российской федерации и налоговая политика // Налоги. 2007. № 18. С. 5-8.

правительством, так и властями отдельных субъектов федерации. Так, к примеру, если действия центра направлены на ограничение государственных расходов, то и областная политика должна быть направлена на ограничение расходов на собственном уровне власти. Следует отметить, что подобного рода взаимодействия в российских условиях и, особенно в условиях кризиса, затруднительны в части реализации. Решение данных дилемм актуализируется на формулировке новых межбюджетных отношений, основанных на принципах бюджетного федерализма. Основой для реализации задач реформирования бюджетов и бюджетной системы является развитие рыночного механизма в экономике России и создание рыночной бюджетной системы.<sup>19</sup>

Конкретные концепции реализации бюджетного федерализма основываются на сосуществовании дополняющих друг друга тенденций. Сущностью первой тенденции является конкуренция между областными органами на «рынке» социальных услуг. Вторая тенденция предполагает выравнивание условий конкуренции и социального обеспечения в государстве существующими всенародными стандартами. Таким образом, бюджетный федерализм – одна из основных и наиболее сложных задач экономической реформы в России, охватывающая механизмы экономического, финансового и политического характера. Считается, что в области реформирования Россия находится в начале пути. Основами для правильных преобразований являются принятые конституционные указы, особенно по отношению к российскому федерализму.

Важными конституционными принципами бюджетного федерализма являются разграничение и самостоятельность бюджетов на всех уровнях системы, а также наличие общих бюджетных и налоговых полномочий федерации и ее субъектов. Вышеперечисленные принципы существенно ограничивают полномочия центра и регионов, но вместе с тем создают условия их взаимных зависимостей, благодаря чему образовывается единство бюджетной и налоговой политики. Согласно Конституции РФ, существует механизм введения властями федерации и ее субъектами общих принципов налогообложения и взимания налогов. Как правило, субъекты федерации не ограничены в создании собственных прав системы налогообложения и взимания налогов, однако должны учитывать общегосударственные принципы налогообложения. Данная модель предполагает формальный, не субъективистский, механизм бюджетного выравнивания при помощи федеральных трансфертов между субъектами РФ. Конституция РФ определяет функционирование федеральных фондов регионального развития, приводящих к возникновению межбюджетных связей и взаимодействий бюджетно-налоговых систем. Теоретически подобное законодательное закрепление предполагает формирование эффективной модели бюджетного федерализма. Однако, с практической точки зрения, сущность образованной системы рыночно-бюджетного федерализма в России является более сложной, поскольку соединяет экономические и политические интересы власти на разных ее уровнях, направленные на формирование, распределение и использование денежных средств общества путем

---

<sup>19</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Электронный ресурс <http://www.rg.ru/> (дата обращения: 14.02.2016 г.).

правильного использования налоговой и платежной систем, а также систем взимания, ассигнаций и расходов.

В рамках данной системы существует механизм финансового оборота средств в пределах одного государства, выражающихся в специфических финансовых решениях, регулирующих принципы оборота бюджетных средств среди физических и юридических лиц органами власти и субъектами «перехватывания» средств (бенефициарами). Оценивая подобное функционирование, можно констатировать, что бюджетный федерализм исполняет роль посредника в системе: «экономика - государство - экономика». Как правило, в данной системе государство представляет сумму отдельных элементов, создающих собственную систему. Бюджеты со своими доходами и расходами, к примеру, муниципальных органов не входят в состав вышерасположенных бюджетов.

Бюджетный федерализм имеет две сферы активности: внутреннюю и внешнюю. Первая связана с осуществлением функции централизации, дистрибуции и перераспределения бюджетных средств между разными уровнями власти, а вторая делает возможным осуществление посредством государства задач «обслуживания» населения.

Одной из основных задач бюджетного федерализма является бюджетное выравнивание, которое имеет вертикальный и горизонтальный характер. Задачей вертикального выравнивания является уравнивание между собой всех уровней власти в сфере их обязательств относительно расходов по сравнению с потенциалом их доходных возможностей (налоговых поступлений). Так, когда потенциальные возможности относительно обеспечения доходов более низкого уровня бюджетной системы недостаточны для целей реализации наложенных на данный уровень задач, федеральные власти обязаны выделить недостающие средства. Согласно научному и политическому убеждению, центральная власть, располагающая значительными бюджетными и экономическими запасами, должна компенсировать нужды бюджетов на более низких уровнях с помощью имеющихся в распоряжении средств.

В российской литературе показывается, что выравнивание вертикального характера должно взаимодействовать с выравниванием горизонтального характера, характеризующимся как пропорциональное разделение налогов и дотаций между субъектами федерации с целью ликвидации неравенства разных субъектов в рамках федерации. В данном случае к расходам федерального бюджета добавляются расходы, предназначенные для уравнивания всей бюджетной системы государства.<sup>20</sup>

Главной проблемой российского бюджетного федерализма является его низкая эффективность. К основной причине низкой эффективности бюджетного федерализма относят значительное дифференцирование регионов с точки зрения полученных ими доходов. Согласно оценкам Министерства финансов, 66% всего налогового потенциала государства сосредоточено в 13 субъектах РФ.<sup>21</sup> Иначе говоря, 13 субъектов РФ получают 2/3 всех налогов, полученных в государстве, а 72 субъекта получают 1/3 налоговых поступлений государства.

<sup>20</sup> Бюджетная система Российской Федерации: электронное учебное пособие. Режим доступа: <http://ru-90.ru/content/> (дата обращения: 15.02.2016 г.).

<sup>21</sup> Мукабенова А. В. Проблемы формирования доходов консолидированного бюджета субъектов Федерации // Молодой ученый. 2012. №12. С. 250-253.

В российской бюджетно-налоговой системе особую роль играет фискальный федерализм. Данная система строится в России с начала 90-х годов. Предшествующая ей советская система только номинально была федеративной. В действительности, и государство, и фискальная система имели унитарный характер. Переход в 90-е годы от парафедеративной системы к федеративной нашел отражение, как в юридических законах, так и в реальной практике бюджетно-налоговой системы. Существенной проблемой с самого начала формирования новой системы была огромная дифференциация по ресурсам, в т.ч. природным, человеческим, производственным запасам и др., отдельных субъектов, образованных после распада Советского Союза. 90-е годы характеризовались тем, что федеральные власти сняли с себя ответственность за финансирование и управление большинством субсидий, перебрасывая компетенции в данной сфере и «долг» финансовой помощи по отношению к группам, живущим ниже уровня прожиточного минимума, на субъекты власти более низкой ступени. В связи с этим, в доходной части бюджетов низшего уровня была введена только частичная компенсация из центрального бюджета расходов. Данное обстоятельство стало подтверждением невозможности финансирования новыми федеративными властями социальных обязательств (поддержания социальных стандартов), принятых в период функционирования Советского Союза. Поскольку новая власть не располагала достаточно сильной поддержкой и политической базой в обществе, наблюдался недостаток воли со стороны центральной власти для реструктуризации (ограничения) бюджетных расходов на социальные цели. Так, происходил процесс систематического и последовательного перехода на низшие уровни власти очередных обязательств в сфере финансирования обобщественного сектора, обострявший положение в регионах и создававший почву для общественных конфликтов.

Одной из существенных черт современного российского бюджетного федерализма является механизм субсидиарной ответственности федерального бюджета за исполнение (соответствующих) федеральных мандатов (обязательств) на уровне областных бюджетов. Существенными проблемами являлись недостаток разработки механизма конкретного разграничения ответственности федерального и областного бюджетов, а также нехватка системы стимулирования действий областной администрации в сфере мобилизации сбора налоговых средств для создания бюджетных запасов, делающих возможным осуществление федеральных обязательств на территориях регионов.

Второй существенной чертой российского бюджетного федерализма за годы его строительства стало увеличение действий и рост возможностей совершения преобразований бюджетной и финансовой систем в государстве в пользу финансовой независимости экономически развитых регионов. В данных условиях налоговая система государства была в состоянии нормально функционировать только в рамках активного взаимодействия властей регионального уровня. Однако недостаток точного юридического определения федерализма способствовало ослаблению позиций и компетенций центральной власти, а также росту зависимости центральной власти и всего государства от возможности вымогательства конкретных решений на областных

элитах и от меняющейся краткосрочной политической конъюнктуры государства.<sup>22</sup> Подобные явления российского бюджетного федерализма приводили к росту сепаратистских действий и настроений, провоцировали конфедерацию государства и распад российского государства в долгосрочной перспективе. Основным средством противодействия подобным тенденциям было увеличение в 2000 году роли федерального бюджета в консолидированном бюджете государства. Так, «...по всем значимым для бюджета налогам доходы бюджетов регионов возросли существенно в меньшей степени, чем доходы федерального бюджета. Особенно заметно по таким весомым налоговым группам, как налоги на прибыль, доход и капитал (рост составил, соответственно, 2,78 и 5,86 раза), налоги на товары и услуги (2,17 и 3,19 раза). В результате подобного перераспределения налоговых доходов четко проявилась тенденция к концентрации доходов в федеральном бюджете в ущерб регионам».<sup>23</sup> Подобные действия привели к возникновению системы разделения компетенций между центральными властями и властями субъектов федерации, принимающие последовательно конкретную форму федерализма. В рамках образующейся новой системы важным явлением являлся механизм подписания двухсторонних договоров между властями субъектов РФ и центром.<sup>24</sup> Однако данный механизм не получил зрелой формы финансового федеративного механизма. Причина неудачи состояла в отсутствии признания всеми политическими силами необходимости существования сбалансированного бюджета, то есть необходимости приспособления бюджетных расходов к существующим реально доходным возможностям бюджета. В конкретных случаях формирование определенных позиций бюджетных расходов и доходов, сопоставленное с индивидуальными или групповыми интересами отдельных субъектов, зачастую вело к конфликтным ситуациям между ними. Данный механизм обострялся значительным дифференцированием возможности и бюджетных ожиданий отдельных субъектов, приводившим к межрегиональным напряжениям.

Таким образом, высказанные мнения относительно формирования и развития российского бюджетного федерализма создают базу для дальнейшей реформации системы общественных финансов. С одной стороны, часть требований, рекомендуемых реформации системы общественных финансов, отражена в Налоговом кодексе РФ. С другой стороны, критики принятых решений в данном кодексе замечают существенную роль групп интересов в формировании отдельных решений кодекса. На практике данное обстоятельство нашло отражение в принятии определенных юридических компромиссов, означающих признание действий налоговых органов, а также решений, ведущих к непоследовательным действиям в сфере начисления и сбора налогов.

#### **4. Перспективы бюджетного федерализма**

---

<sup>22</sup> Лапина Н.Ю. Отношения «центр-регионы» в современной России: пределы централизации. Информационный портал «Перспективы». Электронный ресурс <http://www.perspektivy.info/book/> (дата обращения: 19.02.2016 г.).

<sup>23</sup> Рисин И.Е., Трещевский Ю.И. Тенденции формирования консолидированного бюджета РФ // Вестник ВГУ. Серия «Гуманитарные науки». 2003. № 1. С. 208-215.

<sup>24</sup> Барциц И.Н. Договорное регулирование федеративных отношений // Законодательство. Июнь 2001. № 6.

Несмотря на проведенные в 1990-х годах реформы, сложившаяся в России система межбюджетных отношений не отвечала основополагающим принципам бюджетного федерализма и стратегии развития страны на долгосрочную перспективу. Состояние современного российского бюджетного федерализма характеризовалось следующими явлениями: экономическим упадком регионов, падением платежеспособности населения, падением доходов регионов, ростом долговой нагрузки регионов, неэффективным расходованием налоговых поступлений в федеральном центре, высоким уровнем коррупции в федеральном центре.<sup>25</sup> Среди причин организационно-исполнительного характера подобных явлений российского бюджетного федерализма и состояния межбюджетных отношений можно выделить:

- отсутствие механизмов, способных противодействовать колебаниям экономической конъюнктуры на регионы;
- узкая практика стимулирования регионов к повышению налогового потенциала;
- высокая степень централизации финансовых ресурсов на федеральном уровне;
- неэффективность системы предоставления субсидий, связанная с недостаточной прозрачностью их формализации и предоставления; существованием различий по поводу приоритетных направлений софинансирования во взглядах федеральных и региональных властей; использованием субсидии как частичной компенсации произведенных расходов и потеря в какой-то степени их стимулирующей функции; удлинением сроков реализации значительной части субсидий из-за необходимости подписания соглашений между соответствующими органами власти; существованием дополнительных административных расходов из-за большего количества субсидий и необходимости их распределения;
- низкий уровень сотрудничества между региональными властями и учреждениями, администрирующими доходы;
- низкий уровень собственных доходов регионов;
- слабая роль федеративного государства в более равномерном распределении финансовых ресурсов между его субъектами;
- затруднения в реализации общегосударственных экономических программ по поводу разного уровня развития регионов и низкая направленность программ из-за состояния межбюджетных отношений, а также уровня развития экономического федерализма;
- проблема стабилизации рыночной экономической системы ввиду нерешенных проблем бюджетного федерализма;
- низкий уровень финансовой децентрализации и предоставления регионам дополнительных средств.

В целом, считается, что бюджетный федерализм как явление в рамках государственного устройства должен быть сохранен, поскольку нереальным представляется наличие полностью централизованной или полностью децентрализованной системы в сфере организации хозяйствования общественными благами.<sup>26</sup> В экономической практике наблюдается определенный вид конфликта

---

<sup>25</sup> Развитие бюджетного федерализма в Российской Федерации. Официальный сайт Российской общественной инициативы. Электронный ресурс [www.goi.ru](http://www.goi.ru) (дата обращения: 28.02.2016 г.).

<sup>26</sup> Иванов В.В. Типология межбюджетных отношений и моделей бюджетного федерализма // Вестник МГТУ. 2010. Том 13. № 1. С. 5-14.

между силами про-централизованными и про-децентрализованными по отношению к проблеме функционирования обобщественного сектора и бюджетно-налоговой системы. До настоящего времени российская практика указывала на меняющиеся позиции и возможности вышеуказанных сил.





**ISBN 978-83-60202-16-6**