



РАНХиГС

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Социальное предпринимательство глазами студентов

Сборник студенческих статей

Выпуск 1. Часть 2





РАНХиГС

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Социальное предпринимательство глазами студентов

Сборник студенческих статей

Выпуск 1. Часть 2



| ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ ДЕЛО |

Москва | 2019

УДК 338.467
ББК 65.25
С69

С69 **Социальное предпринимательство** глазами студентов: сборник студенческих статей. Вып. 1: в 2 ч. Ч. 2 / под науч. ред. И. А. Газиевой. — М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 280 с.

ISBN 978-5-7749-1459-3 (общ.)

ISBN 978-5-7749-1461-6 (ч. 2)

В сборнике представлены статьи, отобранные по результатам конкурса научных статей «Социальное предпринимательство глазами студентов». Организаторами конкурса, который был проведен в 2018 г., являются Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ и Фонд региональных социальных программ «Наше будущее».

Конкурс проводится с целью популяризации социального предпринимательства в студенческой среде и формирования сообщества социально ответственных и активных студентов, разделяющих цели социального предпринимательства и создающих социально-предпринимательские проекты.

Для студентов, преподавателей и сотрудников образовательных и иных учреждений, чья работа связана с организацией проектной деятельности студентов и деятельностью по реализации проектов в сфере социального предпринимательства.

ISBN 978-5-7749-1459-3 (общ.)

ISBN 978-5-7749-1461-6 (ч. 2)

УДК 338.467

ББК 65.25

© ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2019

Содержание

Молодежный туризм в России как новый вектор развития социального предпринимательства <i>Копылова Д. В.</i>	5
Молодежное интернет-предпринимательство как перспектива развития социального предпринимательства в Российской Федерации <i>Честных Ю. С.</i>	14
Развитие культурного наследия Орловского региона: создание студенческого центра «Промыслы Орловщины» <i>Злобина И. В.</i>	24
Развитие социального предпринимательства как фактор становления гражданского общества в РФ через призму практического опыта Великобритании <i>Фурманов П. А.</i>	36
Мультимедийные арт-холдинги как способ повышения экономической эффективности регионов (на примере Псковской области) <i>Тураджев Л. К.</i>	46
Мировые практики социально-преобразующего инвестирования и условия их применения в России <i>Попкова А. В.</i>	57
Предложения по совершенствованию процесса обращения с твердыми коммунальными отходами в Орловской области <i>Якушев М. Е.</i>	67
Развитие концепции социальных облигаций как одного из инструментов финансовой поддержки социального предпринимательства: зарубежный опыт и перспективы применения в России <i>Кириллова А. А.</i>	75
Государственная поддержка социального предпринимательства в странах Азии <i>Абзалов К. В.</i>	85
Оценка внешних факторов в социальном предпринимательстве на примере проекта «Лучший друг» <i>Кириллова Т. А.</i>	97
Создание студии веб-дизайна как способ трудоустройства людей с ограниченными возможностями здоровья, являющихся специалистами в сфере IT-технологий и веб-моделирования <i>Докукина И. А., Дараган Д. Ф., Костромыкина А. В.</i>	106
Анализ проблемы трудоустройства и социализации женщин из многодетных семей на примере Свердловской области <i>Лукиных А. С.</i>	116
Роль социального предпринимательства в решении проблемы трудоустройства инвалидов по слуху <i>Васькова А. О., Климочкина К. Д., Терёхина М. В.</i>	125

Социальное предпринимательство в сфере экологии: проблемы и пути решения переработки мусора <i>Алфёрова С.М.</i>	137
Анализ деятельности социального предприятия «LavkaLavka» <i>Муравьёва В.В.</i>	147
Опыт Великобритании и Австралии в сфере государственной поддержки импакт-инвестиций, направленных на строительство доступного жилья и улучшение инфраструктуры <i>Ерохина А.В.</i>	156
Роль социальной предпринимательской деятельности в России <i>Галуза А.Д.</i>	166
Анализ проблем домов-интернатов для умственно отсталых детей на примере Азовского дома-интерната <i>Новацкий О.В.</i>	173
Импакт-инвестинг: опыт зарубежных стран. Предложения по внедрению мирового опыта в России <i>Сергеева Д.К.</i>	182
Проблема массового спорта в контексте социального предпринимательства: пути решения социальной задачи с помощью профессионального спорта <i>Сиякина Д.Ю.</i>	193
Концепция поддерживаемого трудоустройства людей с синдромом Дауна как модель развития социального предпринимательства в сфере общественного питания <i>Абдулхаликова А.Н.</i>	207
Исследование возможностей оказания психологической помощи на основе социального предпринимательства в Волгоградской области <i>Коршунова А.Е.</i>	216
Методы успешной социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей: проект «Палитра добра» <i>Расина М.Л.</i>	229
Преобразующее инвестирование как технология социального предпринимательства: понятие, модели реализации в зарубежной практике <i>Терёхина Д.Г.</i>	240
Социальное предпринимательство как средство повышения конкурентоспособности людей с инвалидностью на рынке труда на примере Челябинской области <i>Боровиков А.П.</i>	249
Проблемы качества оказания социальной помощи пожилым людям (на примере пансионатов г. Перми) <i>Антонюк Е.Н., Каравеева Ю.С.</i>	259
Развитие экологического туризма (на примере национального парка «Башкирия») <i>Незанов К.К.</i>	268

Молодежный туризм в России как новый вектор развития социального предпринимательства

Копылова Д.В.

*студентка 3-го курса Краснодарского филиала
Финансового университета при Правительстве
Российской Федерации*

За последние годы роль социального предпринимательства в обществе сильно возросла, и это не удивительно. Ведь потенциальная и реальная польза от него больше, чем от бизнеса любого другого формата. От деятельности социально ориентированных предприятий во многом зависит развитие различных отраслей в российской экономике, в том числе и туристической. Именно поэтому в данной работе будет рассмотрено создание и функционирование бизнеса социальной направленности в сфере туризма.

Целью данного исследования является формирование предложений по повышению доступности внутреннего туризма экономкласса для молодежи в возрасте от 14 до 24 лет, связанных с развитием механизма предоставления туристических услуг на базе муниципальных молодежных центров. На сегодняшний день в муниципальных образованиях Российской Федерации отсутствуют координирующие и руководящие органы, которые стимулируют развитие экономического туризма по стране среди молодежи, а также прокат туристского снаряжения и спортивного инвентаря для активного отдыха. При этом стоит отметить, что данная возрастная группа была определена приоритетной в связи с тем, что именно

с 14 до 24 лет активность и желание путешествовать у молодежи достаточно высокое, но оно не всегда соответствует ее финансовой возможности из-за отсутствия оптимального и стабильного уровня заработка.

С целью определения необходимости данного исследования и формирования предложения нами был проведен социологический опрос репрезентативной емкостью 1000 человек в возрастной группе от 14 до 24 лет из разных городов страны. Основным вопросом анкеты звучал так: «Будете ли Вы больше путешествовать по России, если стоимость туристических услуг станет ниже и доступнее для молодежи?». После обработки результатов было определено, что 929 (92,9%) респондентов дали положительный ответ. Таким образом, удалось определить необходимость осуществления мер по развитию туризма экономкласса по стране для молодежи.

В связи с этим в рамках данного исследования было сформулировано следующее предложение: создать на базе городских муниципальных молодежных центров работу туристических бюро, которые будут организованы в форме малых инновационных социально ориентированных предприятий.

К функционалу туристических бюро будут относиться:

- формирование, предложение и продажа экскурсионных туров по стоимости, представленной непосредственно средствами размещения, транспортными компаниями и другими организациями, услуги которых входят в туристическую путевку, то есть цена тура будет без наценки молодежного центра за свои услуги;
- предоставление информации о выгодном и интересном для самостоятельного планирования отдыха молодежи, например о посещении достопримечательностей, иных культурных объектов, событийных мероприятий, в том числе и спортивных, отдыхе в лечебно-оздоровительных центрах, и рекомендаций по составлению туристического маршрута в том или ином регионе;
- реализация предложения услуг по сдаче в прокат туристического и спортивного снаряжения для активного отдыха;

- ведение сотрудничества с учебными заведениями среднего специального и высшего образования с целью продвижения услуг молодежного центра по отдыху молодежи внутри страны;
- проведение активной рекламы российской территории и услуг молодежного центра в данном направлении через социальные сети;
- другие функции, которые необходимы для осуществления работы по предоставлению для молодежи туристических услуг.

Особое внимание, на наш взгляд, стоит уделить информированию молодежи об экономичных видах отдыха и туризма внутри страны, к этому относится и предоставление информации о льготных билетах на посещение достопримечательностей России, мероприятий и событий, проезд или перелет внутри страны, а также о льготах на санаторно-курортный отдых, проживание и питание. На рис. 1 и 2 представлен процесс, как будет происходить подбор вариантов для



Рис. 1. Процесс подбора вариантов для самостоятельного туризма



Рис. 2. Процесс подбора готового тура

самостоятельного туризма и готового тура глазами клиентов туристического бюро.

Развитие механизма предоставления туристических услуг для группы населения возраста от 14 до 24 лет не только является эффективным и перспективным способом повышения уровня доходов в бюджет страны от туризма, но и также в целом позитивно повлияет на российскую молодежную социальную среду. Стоит отметить, что при предоставлении услуг туристического бюро особое внимание будет уделено школьникам и студентам из неполных, малообеспеченных, многодетных семей, в том числе благодаря взаимодействию со специализированными отделами муниципальных молодежных центров. Также предполагается работа с детскими домами и предложение туристических услуг для людей с ограниченными возможностями.

С целью определения целесообразности организации работы бюро на территории молодежных центров был проведен дополнительный социологический опрос среди молодежи Москвы, Санкт-Петербурга и Краснодара возрастом от 14 до 24 лет. Результаты ответов респондентов представлены на рис. 3 и 4.

С помощью вопросов о знании существования молодежного центра и его посещаемости респондентами была определена достаточно низкая популярность таких центров в дан-

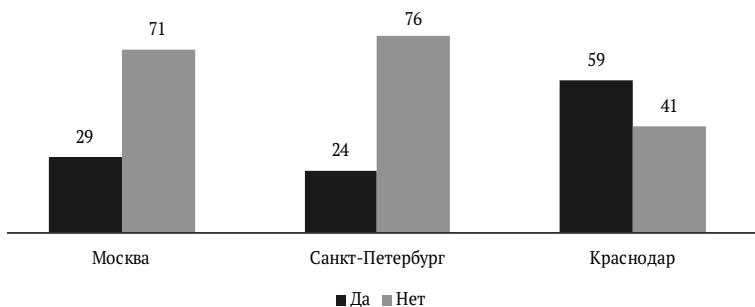


Рис. 3. Результаты социологического опроса о молодежном центре населенного пункта «Знаете ли Вы о существовании молодежного центра в Вашем городе?», %

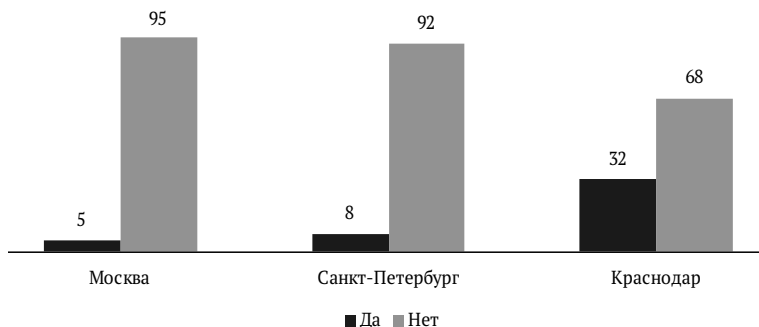


Рис. 4. Результаты социологического опроса о молодежном центре населенного пункта «Посещали/посещаете ли Вы молодежный центр?», %

ных городах. Заключительный и основной вопрос анкеты звучал так: «Стали бы Вы чаще посещать молодежный центр в Вашем городе/пользоваться его услугами, если бы он предоставлял возможности для льготного туризма по России?». Итоги ответов представлены на рис. 5–7.

Исходя из полученных результатов проводимого опроса, можно сделать вывод, что за счет поддержки туризма экономкласса в стране возможно не только благотворно повлиять на социальную среду, улучшить показатели отрасли, но и увеличить значимость молодежных центров в жизни студентов и школьников. А значит, идея использования именно этой площадки для деятельности туристических бюро является целесообразной.

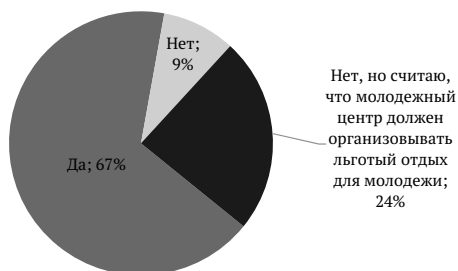


Рис. 5. Результаты социологического опроса (г. Москва)

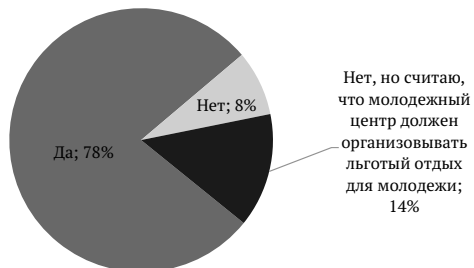


Рис. 6. Результаты социологического опроса (г. Санкт-Петербург)

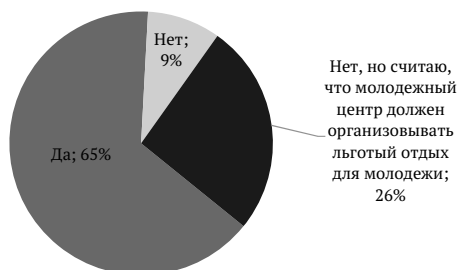


Рис. 7. Результаты социологического опроса (г. Краснодар)

Как уже было отмечено выше, основной целевой аудиторией является молодежь с 14 до 24 лет, однако туристическое бюро будет иметь возможность оказывать услуги всем желающим, вне зависимости от возраста.

Безусловно, реализация данного предложения невозможна без содействия федеральных и региональных государственных органов. На рис. 8 представлена система взаимодействия туристического бюро с государственными органами, партнерами и молодежью.

Руководителем данного проекта необходимо назначить Федеральное агентство по делам молодежи, которое будет взаимодействовать с Федеральным агентством по туризму. Стоит отметить, что вследствие данного сотрудничества планируется упрощение деятельности социальных предприятий по поиску средств размещения и других объектов туристической от-

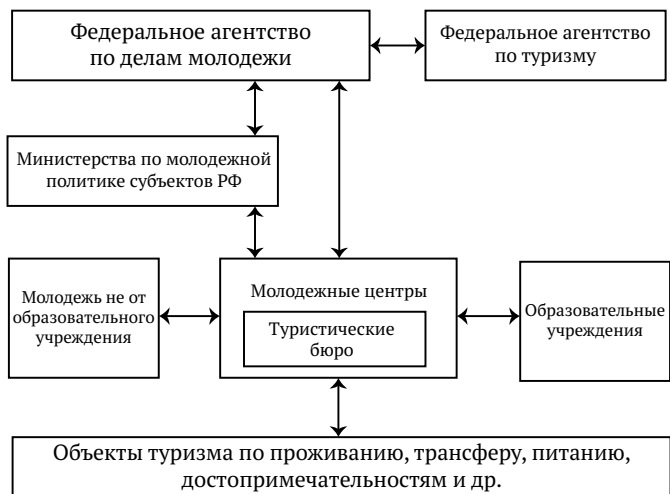


Рис. 8. Система взаимодействий туристического бюро с государственными органами, партнерами и молодежью

расли за счет использования специализированных баз данных Федерального агентства по туризму и министерств субъектов страны. Полномочиями по организации реализации проекта предлагается наделить также Федеральное агентство по делам молодежи, в котором будет организовано подразделение, осуществляющее помощь, поддержку и контроль за деятельностью в рамках всей страны, и Министерство по молодежной политике субъектов РФ, где должно быть организовано структурное подразделение, регулирующее работу и развитие данного направления в молодежных центрах региона. Функцию управления туристическим бюро будет осуществлять руководитель объекта социального предпринимательства, а непосредственную работу и предоставление услуг молодежи в бюро будут выполнять сотрудники и волонтеры, распределенные по нескольким рабочим группам. Кадровое обеспечение должно формироваться исходя из количества жителей города: на 400–500 тыс. жителей необходимо около 150 человек, из которых трое—штатные сотрудники, остальные—волонтеры.

Для организации первоначальной деятельности при муниципальных молодежных центрах потребуется территориаль-

ное и материальное обеспечение — помещение с основным набором мебели из расчета количества штатных сотрудников и площадка для реализации услуг по предоставлению проката снаряжения. На первый год деятельности туристического бюро предоставление помещений происходит на безвозмездной основе, далее предполагается взимание оплаты за аренду помещений. Финансовое обеспечение социальным предприятиям можно получить за счет муниципальных или региональных субсидий, а в дальнейшем деятельность будет осуществляться за счет самофинансирования от средств, полученных в процессе реализации услуг проката.

В качестве перспектив от реализации предложения можно назвать следующие количественные и качественные показатели:

- увеличение туристических потоков по России среди молодежи в 2–2,5 раза;
- увеличение на 0,5–0,7% доли ВВП от туристической отрасли за первые три года реализации проекта;
- увеличение дохода в федеральный бюджет и муниципальные образования;
- формирование у молодежи представления о туристическом потенциале страны;
- пробуждение желания у населения путешествовать по России чаще;
- прививание молодежи любви к активному отдыху и спорту;
- увеличение значимости муниципальных молодежных центров в жизни молодого поколения.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что реализация сформулированного в данном исследовании предложения по повышению доступности внутреннего туризма экономкласса для молодежи с помощью социально ориентированных предприятий улучшит экономическую ситуацию в стране и в регионах, а также положительно отразится на российской социальной среде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральное агентство по делам молодежи. <https://fadm.gov.ru/>.
2. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ. <https://www.russiatourism.ru/>.
3. Новый бизнес. <http://www.nb-forum.ru/>.
4. Создание успешного социального предприятия, Наталия Зверева. <https://kniga.biz.ua/pdf/5270-sozdanie-uspeshnogo-predpriyatiya-1.pdf>.

Молодежное интернет-предпринимательство как перспектива развития социального предпринимательства в Российской Федерации

Честных Ю.С.

студентка 4-го курса факультета социологии и политологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Актуальность темы обусловлена тем, что в последние годы активно развиваются информационно-коммуникационные технологии, которые в свою очередь приводят к появлению новых форм экономической деятельности. Одной из таких форм является предпринимательство в интернете. В настоящий момент предпринимательская деятельность в интернете слабо изучена, отсутствует систематический подход к ее исследованию. Вместе с тем объем электронного рынка за последние годы стремительно вырос. Глобализационные процессы привели к осознанию обществом важности развивать предпринимательскую деятельность с ориентацией не только на экономические показатели, но и на социальные. Поскольку молодежь является самой вовлеченной группой в интернет-пространство, изучение ее установок на предпринимательскую деятельность в интернете позволит определить общий тренд социального интернет-предпринимательства.

Проблемная ситуация заключается в том, что в настоящее время среди молодежи увеличивается активная группа людей, имеющая социальные установки (в том числе проверенные опытом) на занятие социальным интернет-предпринимательством, что

является важным фактором для экономического развития страны. С другой стороны, недостаточны условия для реализации социальных практик, что в свою очередь создает предпосылки для социальной напряженности, снижения экономической активности молодых людей, появления новых рисков, препятствующих росту экономического благосостояния.

Исследование темы опирается на научные подходы к изучению предпринимательской деятельности М. Вебера, Й. Шумпетера, В. Зомбарта, Р. Хизрич и М. Питерса, современные научно-исследовательские подходы к рассмотрению специфики электронного предпринимательства И. А. Стрелец, социально-психологические теории социальных установок личности В. А. Ядова, Ш. А. Надирашвили.

В классической немецкой теории, в частности в трудах М. Вебера, связывается феномен «предпринимательство» с субъективной составляющей процесса развития капитализма. Вебер говорит о предпринимательстве как о явлении, которое связано с ролевыми функциями и ожиданиями субъектов, влиянием происхождения, окружения и статусности, отношением к трудовой этике и новаторству [1].

Согласно концепции Й. Шумпетера предприниматель — это хозяйственный субъект, функцией которого является осуществление новых комбинаций и который выступает как активный субъект предприятия [4]. Статусность Шумпетер не рассматривает в своей концепции и не выделяет ее как основной компонент предпринимательства в отличие от М. Вебера. Главной особенностью социального класса предпринимателей является его немногочисленность, так как предприниматели — это талантливые, креативные люди, новаторы в широком смысле этого слова, соответственно, их меньшинство.

Классическое определение социальной установки ввел М. Смит. В его понимании социальная установка определяется как диспозиция личности, в соответствии с которой направление мыслей, чувств и предполагаемых действий индивида организовывается с учетом социального объекта. Особенность социальной установки заключается в том, что она функционирует как элемент психологической и социальной структуры личности [2].

Ш. А. Надирашвили выделил новый социальный уровень психической активности, который реализуется на уровне личности. Согласно этому, источником социального поведения личности являются социальные установки, или установки социального поведения, формирующиеся на основе социальных потребностей [3].

Таким образом, социальные установки студентов на социальную предпринимательскую деятельность в интернете есть специфические предрасположенности молодых людей к восприятию, анализу и оценке социальных стимулов интернет-пространства, формирующиеся и функционирующие при осуществлении электронной предпринимательской деятельности.

Объектом исследования являются социальные установки студентов на социальное предпринимательство в интернете. Предметом исследования определено содержание социальных установок студентов занятие социальным предпринимательством в интернете.

Цель исследования — изучить социальные установки студентов на занятие социальной предпринимательской деятельностью в интернете.

В ходе работы были выполнены следующие задачи:

1. Изучена предпринимательская деятельность в интернете как объект социологического анализа.
2. Описаны установки личности на социальное интернет-предпринимательство.
3. Исследованы социальные установки студентов на занятие социальной предпринимательской деятельностью в интернете.
4. Определены социальные угрозы, препятствующие повышению предпринимательской активности в интернете.
5. Проанализированы методы и способы подготовки студентов к социальному интернет-предпринимательству.

Основной гипотезой была выдвинута следующая мысль: социальные установки студентов на занятие социальным интернет-предпринимательством являются базовой социальной характеристикой их экономической активности в вирту-

альном пространстве в условиях цифровой экономики, выступают ориентиром при выборе форм трудовой и профессиональной самореализации, которая имеет существенное значение в процессе студенческой деятельности.

В ходе исследования были применены следующие методы сбора первичной информации:

1. Социологический опрос методом анкетирования.
2. Фокус-групповое интервью.
3. Экспертный опрос.

Социологический опрос проводился в период с 5 по 20 марта 2018 г. В опросе приняли участие 200 студентов, обучающихся в московских и областных университетах и институтах.

Гендерное распределение исследуемых студентов примерно на равном уровне (52% — представители женского пола, 48% — представители мужского пола). Преобладающими направлениями обучения стали социально-гуманитарное и лингвистическое (30,5%), а также экономическое (22%).

В опросе приняли участие, как бакалавры, так и магистры всех форм обучения. В основном это студенты-бакалавры, обучающиеся на очной форме (88%).

Согласно результатам опроса, студенты являются активными пользователями интернет-ресурсов (98%), преимущественно с целями общения в интернете (92,5%) и использования интернета в учебной практике (60,5%). При этом $\frac{1}{5}$ часть студентов связывают свою деятельность в интернете с работой.

По мнению 65,5% студентов, предпринимательская деятельность в интернете является перспективным направлением. Основными преимуществами являются свободный график работы (84%) и возможность работать из любой точки мира (55%). Важнейшими проблемами стали высокий риск столкнуться с недобросовестными заказчиками (75%) и нерегулярный доход (71%).

Для дополнительной характеристики изучаемого явления был применен индексный метод. Нормированные индексы были посчитаны по семи показателям, затем поделены на четыре группы в зависимости от уровня индекса.

В первую группу вошел индекс перспективности предпринимательской деятельности в интернете (0,6700).

Во вторую группу были включены индекс наличия планов относительно начала предпринимательской деятельности в интернете (0,4375) и индекс планирования начала предпринимательской деятельности в качестве основного вида деятельности (0,3650).

В третьей группе расположены индекс использования интернета в рабочих целях (0,2500) и индекс наличия опыта заработка в интернете (0,2300).

Наконец, в четвертую группу вошли индекс обращения студентов к специализированной литературе (0,0650) и индекс посещения мастер-классов и т. п., посвященных коммерческой деятельности в интернете (0,1200).

Помимо подсчета простых нормированных индексов был проведен расчет агрегированных индексов на основе уже рассчитанных семи показателей. Полученную оценку, равную 0,3042, назвали уровнем предпринимательской активности студентов в интернете.

В исследовании также был применен метод социальной типизации. За его основу были взяты три показателя:

- 1) планирование начать коммерческую деятельность в интернете в ближайший год;
- 2) чтение специализированной литературы в сфере социального интернет-предпринимательства;
- 3) посещение мероприятий, посвященных социальному предпринимательству в интернете.

В ходе применения метода социальной типизации были разработаны 8 социальных типов студентов: социально-экономически активные, заинтересованные прагматики, заинтересованные активисты, инфантильные, расширяющие кругозор, поддающиеся интересу, иногда увлекающиеся, безразличные.

Процентное соотношение говорит о том, что половина изучаемых студентов (51,5%) не видят в своих планах начало предпринимательской деятельности в интернете в ближайшее время и не предпринимают для этого никаких попыток.

Данный класс студентов был отнесен к социальному типу «безразличные».

На втором месте по количеству студентов расположился социальный тип «инфантильные» (24,5%). Молодые люди, принадлежащие этой группе, признаются, что планируют начало предпринимательской деятельности в интернете, однако не предпринимают для этого никаких попыток.

Социальный тип «иногда увлекающиеся» встречается среди 12,5% студентов. Эти молодые люди посещают профильные мероприятия, семинары, различные мастер-классы, связанные так или иначе с социальным предпринимательством в интернете, исходя из интереса, расширения кругозора. При этом на постоянной основе данные студенты не интересуются социальным интернет-предпринимательством.

Последним этапом в анализе данных стал подсчет статистики χ^2 в зависимости от пола студента по двум показателям: наличие опыта предпринимательской деятельности в интернете и наличие планов начать предпринимательскую деятельность в интернете.

Пол, согласно полученным результатам, — значимая характеристика в исследуемом явлении. Мужчины в большей степени интересуются коммерческой деятельностью во Всемирной сети, обладая уже определенным опытом и планируя дальнейшую деятельность, связанную с бизнесом в интернете.

В целях получения дополнительной информации о социальных установках молодежи на социальное интернет-предпринимательство были проведены две фокус-группы со студентами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. В первой фокус-группе приняли участие 10 студентов, во второй — 9. Продолжительность каждой фокус-группы составляла 50 минут.

Характер отношения к предпринимательской деятельности в интернете является двойственным. С одной стороны, участники отмечали положительные стороны интернет-фриланса, в частности, для самих студентов. С другой стороны, участники ссылались на отрицательные аспекты электронного предпринимательства, объясняя это и спецификой данной

деятельности, и спецификой социального предпринимательства в интернете.

Уровень готовности студентов к предпринимательской деятельности в значительной степени зависит от личного опыта онлайн-заработка и наличия знакомых, которые имеют подобный опыт.

Степень осведомленности студентов о правовой стороне интернет-предпринимательства меняется в зависимости от того, вовлечены ли участники в предпринимательскую деятельность в интернете.

Участники, не вовлеченные в коммерческую деятельность в интернете, слабо реагировали на обсуждение данного вопроса. В целом можно сказать, что уровень осведомленности студентов о правовой стороне интернет-предпринимательства невысокий. В разговоре участвовали лишь те, которые на собственном опыте столкнулись с указанными проблемами.

Обсуждение рисков, с которыми можно столкнуться, занимаясь предпринимательством в интернете, подтолкнуло на мысль, что все риски могут быть поделены на две группы:

- a. риски, которые характерны для любой предпринимательской деятельности;
- b. риски, которые характерны исключительно для социальной предпринимательской деятельности в интернете.

Исходя из данной классификации, в текущем исследовании особенно интересны специфичные риски социального предпринимательства в интернете. В первую очередь это риски потерять данные, личную информацию, бизнес в связи со взломом личных аккаунтов и т. п.

В качестве особой категории могут быть рассмотрены риски относительно незаконности коммерческой деятельности в интернете. Как правило, молодые фрилансеры не регистрируют свой бизнес, например, как ИП, соответственно, они не платят налоги в государственный бюджет, тем самым подвергая себя еще большей незащищенности.

Всех участников, имеющих опыт предпринимательства в интернете, можно разделить на несколько групп в зависимости от различных критериев основания:

- a. характер собственности: продажа (продвижение) товаров собственного производства и несобственного;
- b. отношение к текущему времени: ранее занимавшиеся и занимающиеся до настоящего момента;
- c. периодичность: студенты, постоянно занимающиеся и периодически (от случая к случаю);
- d. дополнительный фактор (наличие знакомых — интернет-предпринимателей): студенты, имеющие таких знакомых и не имеющие.

Основными причинами прекращения предпринимательской деятельности в электронной сети стали потеря актуальности данного вида деятельности, рассмотрение интернет-предпринимательства как неосновного вида деятельности и заработка, потеря интереса к фрилансу в интернете.

Таким образом, по мнению студентов, реализация коммерческих идей в онлайн-среде довольно специфична, что в еще большей степени осложняется отсутствием сильной нормативно-правовой базы в сфере интернет-предпринимательства.

В период с 21 по 25 апреля проводился опрос экспертов. Опрос проходил в заочной электронной форме. Всего было опрошено 11 экспертов, средняя степень знакомства с проблемой экспертизы которых составляет 7 баллов из 10. Преимущественная часть экспертов имеют опыт разработки проектов нормативных документов, учебно-методических пособий по проблемам развития социальной предпринимательской активности в интернете (72,73%).

Экспертам было предложено оценить эффективность методов выявления студентов с высоким уровнем социальных установок на интернет-предпринимательство, выявить формат, продолжительность и источники финансирования дополнительного практико-ориентированного обучения, а также опрашиваемые эксперты могли дополнить представленную информацию, исходя из их знаний, опыта и общей компетентности.

Самым эффективным методом выявления студентов с высоким уровнем социальных установок на предприниматель-

ство в интернете, согласно мнению экспертов, является социально-психологическое тестирование на выявление предрасположенности к предпринимательской деятельности в интернете (100%).

Следующими по степени эффективности являются использование социально-психологической методики по определению уровня мотивации молодых людей (81,82%), поиск молодых людей, занимающихся фрилансом в интернете на специализированных интернет-площадках (81,82%), проведение ролевых игр, решение бизнес-кейсов по проблематике интернет-предпринимательства (81,82%), контрольное тестирование на определение уровня знаний ведения коммерческой деятельности в интернете (72,73%), создание специализированных площадок при университетах для молодых интернет-предпринимателей (72,73%).

Более того, эксперты предложили в рамках дальнейшего взаимодействия со студентами с высокими установками на интернет-предпринимательство приглашать профессионалов в сфере социального интернет-предпринимательства, вовлекать молодых людей в реальные мероприятия бизнес-проектов с использованием методов интернет-маркетинга, социального маркетинга, организовывать проектную деятельность на конкурсной основе, в том числе в рамках университетской деятельности.

Учитывая общую экспертную оценку, дополнительное практико-ориентированное обучение студентов в целях подготовки их к социальной предпринимательской деятельности в интернете следует проводить в формате внеаудиторных работ: мастер-классы, клубы по интересам, встречи с экспертами и т. п. (63,64%), факультативные курсы в университетах (54,55%), государственные курсы, программы обучения при специализированных департаментах (45,45%). Дополнительное практико-ориентированное обучение стоит проводить в течение одного года (63,64%) за счет либо полностью государственных средств (45,45%), либо частично личных, частично государственных средств (45,45%).

Практическая значимость работы заключается в проведении комплексного изучения социальных установок молоде-

жи на социальную предпринимательскую активность в интернете. В процессе исследования были определены внутренние и внешние факторы, влияющие на установки на интернет-предпринимательство; уточнены возможности, которые студенты получают, а также выявлены риски, с которыми они могут столкнуться в ходе реализации социальной предпринимательской деятельности в интернете.

На основе проанализированного материала можно рекомендовать внедрение факультативных курсов и организацию государственных программ обучения в сфере социальной предпринимательской деятельности в интернете. Реализация дополнительного практико-ориентированного обучения сможет подготовить студентов с соответствующими установками к эффективной практической деятельности.

В ходе дальнейшего изучения представленной темы необходимо обратить внимание на весь спектр факторов, влияющих на уровень социальных установок молодежи на интернет-предпринимательство. В частности, следует проанализировать правовые механизмы защиты и поддержки молодых предпринимателей в интернете. Рекомендуется провести более глубокий анализ социально-психологических свойств и качеств личности, занимающейся социальной предпринимательской деятельностью в интернете. Особым объектом исследования должны стать причины прекращения социальной предпринимательской активности в интернете.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вебер М. Избранное. Образ общества. М., 1994.
2. Гулевич О.А., Безменова И.К. Аттитюды и их взаимодействие с поведением. М.: Рос. психол. о-во, 1999.
3. Надирашвили Ш.А. Социальная психология личности. Тб., 1975.
4. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М., 1982.

Развитие культурного наследия Орловского региона: создание студенческого центра «Промыслы Орловщины»

Злобина И.В.

*студентка 3-го курса Орловского
государственного университета
имени И. С. Тургенева*

Для каждой страны основополагающим фактором ее успешного развития является наличие культурного наследия, поскольку именно данный аспект жизнедеятельности человека считается ключевым элементом эволюции общества. Таким образом, культурное наследие представляет собой часть материальной и духовной культуры, созданной прошлыми поколениями и передающаяся будущим как нечто ценное и почитаемое [1]. Однако в условиях современного мира сформировалась необходимость привлечения внимания общества к вопросам развития и сохранения культурно-исторического достояния России, а для этого необходимо дойти до культурных центров каждого региона страны, уделяя особое внимание малоизвестным направлениям наследия.

На сегодняшний день наибольшее число объектов культурного наследия нашей страны сосредоточено в Центральном и Северо-Западном федеральных округах, в состав которых входят 29 субъектов Российской Федерации, в том числе и Орловская область. На ее территории расположено более 1900 памятников истории и культуры, а наиболее значимым и привлекательным объектом является музей-усадьба И. С. Тургенева «Спасское-Лутовиново». Большой этап

в становлении Орловского края отводится усадебной культуре, об этом свидетельствует сохранение ряда усадеб, воплощающих историческую и архитектурную ценность. Каждая усадьба была уникальной и представляла собой мини-город со своим промыслом и особой атмосферой. Список помещичьих усадеб Орловщины включает около двухсот исторических объектов, но все они находятся в ужасном состоянии. Так, имения Каменских и усадьба Новосильцевых—единственные в своем роде усадьбы Екатерининской эпохи, а также имение князей Голицыных и усадьба Киреевского встречают гостей не в самом приглядном виде. Если природный ландшафт и внешний облик зданий частично сохранились, то интерьер утрачен полностью, остались лишь стены. Состояние памятников не поддерживается, никто не занимается их восстановлением. Таким образом, сформировалась серьезная проблема в области развития культурного наследия Орловщины, связанная с исчезновением памятников культуры.

Актуальным по-прежнему остается вопрос сохранения и развития народного промысла края, поскольку орловская земля с давних времен славится созданием плешковской игрушки, техникой вышивания «Орловский список», плетением мценского кружева, а также изготовлением ливенской гармошки. Сегодня промыслы продолжают существовать, но в каждом районе насчитывается лишь несколько мастеров и частных мастерских, занятых восстановлением определенного народного искусства. Поэтому преобладают только авторские работы. И если сейчас мы имеем возможность ознакомиться с промысловыми традициями и непосредственно увидеть результат проделанной работы мастера, то уже в недалеком будущем нас ожидает утрата промыслов, а значит, и традиций предыдущих поколений. В итоге мы лишимся древних технологий изготовления различных изделий ручной работы, тем самым формируя угрозу развития культурного наследия всей страны.

В целом весь спектр объектов культурного наследия Орловской области представлен на рис. 1.

Анализ текущего состояния культурного наследия Орловской области показывает, что общий объем физического из-

<p>Каркасные элементы наследия</p> <ul style="list-style-type: none"> – старинные тракты – исторические центры городов – монастырские «углы» – центры зарождения и развития ремесел – княжеские и «графские» земли – литературное наследие 	<p>Народные промыслы</p> <p>Вышивка в технике «Орловский спис», ливенская гармошка, резьба по дереву, располовский гончарный промысел, мценское кружево, ковроткачество, глиняные чернышевская и плешковская игрушки, изготовление тряпичных кукол</p> <p>Усадьбы</p> <p>Кантемира, Каменских, Шатиловых, Голицыных, Охотникова, Новосильцевых, Киреевского</p>	<p>Конкретные объекты культурного наследия</p> <ul style="list-style-type: none"> – архитектурные центры старинных сел и деревень – монастыри – дворянские усадьбы и памятные парки – археологические комплексы в ландшафте
---	---	--

Рис. 1. Элементы культурного наследия Орловской области [5]

носа исторических объектов составляет более 60%, а в сфере усадебной культуры сохранилась лишь четвертая часть всех поместий Орловщины, при этом половина из них подвержена процессу разрушения из-за природного и антропогенного воздействия. Кроме того, изучение народных промыслов позволило выявить следующий факт: число мастеров, занимающихся определенным видом промысла, достаточно мало и варьируется в пределах от двух до шести человек. В результате мы имеем очевидные проблемы, требующие незамедлительного решения, которые сводятся к исчезновению памятников, воплощающих в себе истоки русской культуры и факты о жизни выдающихся личностей различных эпох. Данная проблема приобретает все большую актуальность, ведь наличие или отсутствие эффективного комплекса мероприятий по сохранению культурного наследия региона является своеобразным индикатором, демонстрирующим уровень экономического и социального развития. Кроме того, Орловская область имеет прекрасную возможность стать неотъемлемой частью туристической индустрии страны благодаря решению рассмотренной проблемы, а развитая система культурного наследия будет способствовать уменьшению отрицательного воздействия процессов глобализации, даст новую жизнь ценностям региона и позволит сформировать новые отрасли экономики.

Безусловно, в Орловской области уже принимаются определенные практические меры по сохранению великого на-

следования региона. Так, в рамках развития традиционной культуры Орловщины особое внимание следует уделить процессу возрождения и популяризации такого народного ремесла, как изготовление ливенской гармошки, по праву названной жемчужиной среди народных инструментов. Мастерская по ее ремонту и изготовлению создана в 1993 г., а первые шаги по дальнейшему развитию уникальной гармонии «ливенка» были сделаны лишь в 2015 г. С этого момента коллектив мастерской стал проводить комплексную работу по передаче опыта изготовления ливенки молодому поколению, организуя экскурсии и мастер-классы. Вместе с тем мастера принимают активное участие в межрегиональных выставках и фестивалях, позволяющих продемонстрировать особенности самобытного музыкального инструмента.

Положительным примером развития культурного наследия области может служить процедура ревалоризации, осуществляющаяся путем приспособления памятников архитектуры к современному использованию по средствам предоставления зданий в долгосрочную аренду стоимостью один рубль в год. Подобными действиями власти привлекают инвестиции в реставрацию и сохранение памятников. По данным регионального управления по государственной охране культурного наследия, свое преобразование и практическую значимость нашли или найдут около 600 объектов. Наиболее удачно реализованные проекты наглядно представлены на рис. 2.



Рис. 2. Восстановленные памятники архитектуры Орловщины, прошедшие процедуру ревалоризации [2]