

5. Меркулова, Ю. В. Ситуационно-стратегическое планирование в экономике : в 2 т. / Ю. В. Меркулова. — М. : Экономика, 2015. — Т. 2 : Моделирование оптимальных стратегий и программ. — 464 с.

Merkulova, Y. V. Situation and Strategic Planning in the Economy : in 2 v. / Y. V. Merkulova. — M. : Economics, 2015. — V. 2 : Modeling of Optimal Strategies and Programs. — 464 p.

6. Меркулова, Ю. В. Ситуационно-стратегическое планирование в экономике : в 2 т. / Ю. В. Меркулова. — М. : Экономика, 2015. — Т. 1 : Методология оптимизации показателей спроса и предложения. — 480 с.

Merkulova, Y. V. Situation and Strategic Planning in the Economy : in 2 v. / Y. V. Merkulova. — M. : Economics, 2015. — V. 1 : Methodology of the Optimization of the Demand and Supply. — 480 p.

7. Владыко, А. В. Планирование с использованием сценариев — эффективный инструмент управления развитием организации в будущем / А. В. Владыко // Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст : сб. науч. ст. : в 2 ч. / Гродн. гос. ун-т ; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.) [и др.]. — Гродно, 2015. — Ч. 2. — С. 160—165.

Vladyko, A. V. Planning Using Scenarios — Effective Tool of the Management the Development of the Organization in the Future / A. V. Vladyko // Problems of the Modern Economy: Global, National, and Regional Context : Digest of Sci. Art. : in 2 pt. / Grodno State Univ. ; ed.: M. E. Karpitskaya (chief ed.) [et al.]. — Grodno, 2015. — Pt. 2. — P. 160—165.

Статья поступила в редакцию 02.12.2016 г.

УДК 338.48+332.142.2

E. Volontsevich
A. Tarasionok
BSEU (Minsk)

ABOUT THE PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN BELARUS IN THE CONTEXT OF CIS COUNTRIES COOPERATION

The article describes the most important trends of the tourism development in the Republic of Belarus in the context of cooperation with the CIS countries. Challenges faced by countries are shared and need reasonable integrated solutions. At the same time Belarus has its own peculiarities like the others states.

Keywords: *tourism; tourism industry; Commonwealth of Independent States; rural tourism.*

Е. Ф. Волонцевич
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Тарасенок
кандидат географических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

О ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТРАНАМИ СНГ

В статье рассмотрены важнейшие тенденции, складывающиеся в развитии туризма в Республике Беларусь, в контексте взаимодействия с государствами — участниками СНГ. Проблемы, стоящие перед странами, являются общими и требуют обоснованных комплексных решений. В то же время у Беларуси, как и у остальных стран, есть свои особенности.

Ключевые слова: туризм; туристическая индустрия; Содружество Независимых Государств; агротуризм.

XXI в. отмечился бурным ростом новых отраслей и видов деятельности. Одной из таких сфер является туризм. Согласно данным ЮНВТО, в 2015 г. спрос на международный туризм оставался на высоком уровне. Число международных туристов достигло 1184 млн чел., что на 50 млн чел. больше, чем в 2014 г. Прирост составил 4,4 % и превысил средний уровень уже шестой год подряд, начиная с глобального экономического кризиса 2009 г. Доходы от туризма растут аналогичными темпами. Показатель был выше в странах с развитой экономикой (+5,7 %), нежели в странах с формирующейся рыночной экономикой (+3,6 %), что уже наблюдалось в 2013 г. На 2016 г. ЮНВТО прогнозирует увеличение международных туристских прибытий на 3,5—4,5 % [1].

Туризм является одним из важнейших источников дохода и развития национальной экономики. По некоторым оценкам, на долю индустрии туризма и гостеприимства приходится всего 1,5 % ВВП Беларуси, притом что в мировой экономике этот показатель составляет около 5 % [2].

Устойчивое развитие туристической отрасли должно обеспечить единство трех составляющих:

1) экономическая устойчивость туристического региона, которая обеспечивается через сбалансированное управление ресурсами;

2) социально-культурная устойчивость, обусловленная укреплением местной самобытности, сохранением историко-культурного наследия;

3) взаимодействие развития туризма с основными экологическими процессами.

И хотя в настоящее время никого не нужно убеждать в важности туризма для развития национальной экономики, все же обратим внимание на его самые явные положительные эффекты [3]:

- повышение доходной части бюджета, в том числе за счет валютных поступлений;
- повышение занятости населения, причем прежде всего в малых населенных пунктах, где эта проблема наиболее остра;
- стимулирование развития других отраслей экономики благодаря мультипликативному эффекту;
- сохранение окружающей среды и устойчивое развитие;
- освоение новых (или хорошо забытых старых) туристических территорий и ресурсов и т.д.

Государства — участники СНГ достаточно давно и прочно пришли к осознанию этих особенностей и проявлений туризма. Следствием целенаправленной деятельности стало создание 30 мая 2012 г. Совета по туризму государств — участников СНГ, принятие Стратегии развития сотрудничества государств — участников СНГ в области туризма на период до 2020 года (далее — Стратегия) и Плана мероприятий на 2015—2017 годы по ее реализации (далее — План). Цели и задачи Стратегии выверены и в целом направлены на достижение указанных выше эффектов от туризма. Но, пожалуй, самая главная причина — своевременное осознание того, что только общие синхронные действия могут привести к ощутимому эффекту.

Анализ туристических потоков в Республике Беларусь свидетельствует о наращивании туристских связей со странами СНГ. Всплеск выездного туризма, произошедший после открытия границы в 90-е гг. XX в., сгладился в последние 10 лет, но положительное сальдо в туристическом балансе не достигнуто. В Национальной программе развития туризма, принятой впервые в 2005 г., данная тенденция была обозначена как важнейшая и взят курс на наращивание экспорта туруслуг. В результате организованный въездной поток иностранных туристов, обслуживаемый турфирмами, в период 2000—2015 гг. увеличился более чем в 4 раза (табл. 1).

Таблица 1. Организованный туризм в Республике Беларусь, тыс. чел.

Туристические потоки	2000 г.	2005 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Численность иностранных туристов	60,2	90,8	91,6	95,5	120,1	116,0	118,7	136,8	137,4	276,3
В том числе:										
из стран СНГ	12,1	28,8	52,9	59,9	83,5	86,1	96,0	114,2	115,6	252,3
из стран вне СНГ	48,1	62,0	38,7	35,6	36,6	29,9	22,7	22,6	21,8	24,0
Численность туристов, выехавших за рубеж	1289,0	572,4	380,4	316,3	414,7	319,8	492,8	708,4	740,5	738,7
В том числе:										
в страны СНГ	107,5	304,4	167,4	118,5	158,2	101,8	157,0	213,3	79,8	153,5
в страны вне СНГ	1181,5	268,0	213,0	197,8	256,5	218,0	335,8	495,1	660,7	585,1
Численность туристов, отправленных по маршрутам тура в пределах Беларуси		49,6	58,7	51,0	79,0	76,7	61,0	76,2	56,2	91,5

Источники: составлено авторами на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [4].

При этом рост был обеспечен за счет десятикратного увеличения туристов из стран СНГ, и прежде всего из России. Организованный туризм из стран вне СНГ сократился за этот же период более чем в два раза. Такое соотношение можно объяснить не только популярностью Беларуси как страны гостевого и делового туризма для жителей России и Украины. Очевидно, что кризисные явления в экономике Беларуси испугали более чувствительных иностранных туристов, что и привело к сокращению их притока в страну [5].

И, к сожалению, внутренний организованный туризм практически не развивался в последние 10 лет и оставался на уровне 50—80 тыс. чел., что несопоставимо с объемами организованного международного туризма.

Организованный туризм является малой частью туристического движения. Об объемах неорганизованного туризма свидетельствует статистика Государственного пограничного комитета Республики Беларусь, где несмотря на значительно большие объемы сохраняются те же тенденции (табл. 2).

Таблица 2. Въездной и выездной туризм по данным Погранкомитета, тыс. чел.

Направление туризма	2005 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Въездной туризм	4737,8	4871,8	5673,8	5877,2	6127,5	6240,4	5350,0	4357,2
В том числе:								
из стран СНГ	2490,4	2887,7	3153,9	3627,3	3881,9	4100,2	3352,4	2844,2
из стран вне СНГ	2247,4	1984,1	2519,9	2249,9	2245,6	2140,2	1997,6	1513,0
Выездной туризм	6596,3	6439,8	7464,2	7541,6	8426,7	8840,8	7236,3	6962,4
В том числе:								
в страны СНГ	2262,4	3422,9	3570,8	2840,3	3281,3	3441,9	1646,4	1887,5
в страны вне СНГ	4333,9	3016,9	3893,4	4701,3	5145,4	5398,9	5589,9	5074,9

Источники: составлено авторами на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Структура въездного туризма за 10 лет изменилась: если в 2005 г. потоки посетителей из стран вне СНГ и из СНГ были практически одинаковыми, то в 2015 г. посетители из стран СНГ составляли около 2/3 от общего потока. Учитывая открытость границ с Россией и связанное с этим значительное искажение статистики о турпотоках, более точно масштабы туристического движения иллюстрирует статистика о постояльцах в средствах размещения (табл. 3). Их число на протяжении 2010—2015 гг. изменялось незначительно и достигло 2,36 млн. В структуре размещенных лиц гости из стран СНГ составляют 28 % (для сравнения: в 2005 г. эта доля была 22 %). Среди отдыхающих в санаторно-курортных и оздоровительных организациях доля граждан Беларуси приближается к 80 %, что является весьма отрядным фактом. Но он стал результатом скорее не целенаправленного стимулирования внутреннего спроса, а вынужденной мерой при падении спроса со стороны российских граждан в 2015 г.

Таблица 3. Количество гостей в средствах размещения в 2015 г., тыс. чел.

Вид средства размещения	Граждане Республики Беларусь	Иностранные граждане	В том числе	
			СНГ	вне СНГ
Гостиницы и аналогичные средства размещения	918,5	687,6	498,5	189,1
Санаторно-курортные и оздоровительные организации	587,8	172,8	165,3	7,5
Всего	1506,3	860,4	663,8	196,6

Источники: составлено авторами на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

В целом анализ туристических потоков позволяет сделать вывод, что усиливается ориентация белорусской туристической отрасли на рынок стран СНГ, где доминирует российский потребитель. А если принять во внимание снижение темпов роста экономики и курса рубля в Российской Федерации, геополитически обусловленное уменьшением количества транзитных туристов, направляющихся на отдых в Крым и Украину, то становится отчасти понятно, почему достижение прогнозных показателей Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011—2015 гг. в части роста экспорта оказалось проваленным.

Справедливости ради нужно сказать, что аналогичные проблемы стоят и перед туристической отраслью прочих стран — членов СНГ. Они отмечены в указанных выше Стратегии и Плате. Среди них «недостаточный уровень гармонизации национального и межгосударственного законодательства, проблемы в области статистического учета и использования сателлитных счетов в туризме, различные подходы к обеспечению безопасности и качеству услуг в туризме, неразвитость гостиничной инфраструктуры и отсутствие единообразия используемых систем классификации гостиниц и иных средств размещения на пространстве СНГ, недостаточное использование практико-ориентированных форм подготовки специалистов для индустрии гостеприимства и различия в стандартах подготовки специалистов для этой сферы экономики» [6].

Осуществляя стратегическую цель развития сотрудничества в области туризма, государства — участники СНГ решают общие задачи применительно к национальным условиям и особенностям. Этим в значительной степени обусловлено выделение наиболее перспективных национальных проектов, направленных на развитие туризма. На заседании Совета по туризму, состоявшемся в г. Бишкек (Кыргызстан) 7—8 июля 2016 г., определены актуальные проекты в сфере туризма, призванные способствовать интеграции на просторах СНГ. В их числе тиражирование опыта Республики Беларусь по развитию агроэкотуризма. Свидетельство: «продвинутость» Беларуси в этом направлении

и мнение потребителей (по итогам голосования в престижном всемирном конкурсе National Geographic Traveler Awards 2015 Беларусь заняла второе место в номинации «Агротуризм», а в 2016 г. — первое). Из стран СНГ в рейтинг по этому направлению в 2016 г. вошла Россия с 18 %. Также в 2016 г. Беларусь была представлена в номинации «Оздоровительный отдых» (7 %), тогда как в 2015 г. еще и в номинации «Семейный отдых» [7].

Стремительному развитию агроэкотуризма Беларуси способствовала либерализация экономических отношений в данном секторе, которая основана на трех элементах: заявительном принципе вхождения на рынок, упрощенном (символическом) налогообложении и льготном кредитовании. Как результат, количество субъектов агроэкотуризма выросло с 34 в 2006 г. до 2263 в 2015 г. (табл. 4.).

Таблица 4. Показатели рынка агроэкотуризма Республики Беларусь

Показатель	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Число субъектов агроэкотуризма	34	188	474	884	1247	1576	1775	1881	2037	2263
Число обслуженных гостей, тыс. чел.	0,9	18,0	39,1	70,0	119,2	144,9	222,6	271,7	318,8	294,3
Выручка, млрд р.	0,05	1,1	2,3	5,2	10,3	20,4	44,4	73,2	102,8	119,6

Источники: составлено авторами на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Первоначально высокие темпы роста рынка агроэкотуризма замедлились, и в 2016 г. следует ожидать их дальнейшее снижение. Также отмечается еще одна тенденция: прирост выручки и количества обслуженных гостей опережает прирост количества субъектов агроэкотуризма, что свидетельствует о повышении доходности агротуристического бизнеса. Главной причиной роста доходности является внешний фактор данного рынка — макроэкономическая политика белорусского правительства, направленная на стимулирование внутреннего спроса в сочетании с активной поддержкой курса национальной валюты. Свидетельством тому служит и географическая структура гостей агроусадеб (табл. 5).

Таблица 5. Численность обслуженных агроэкотуристов по странам постоянного места жительства, тыс. чел.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Туристов, всего	119,2	144,9	222,6	271,7	318,8	294,3
В том числе из стран СНГ	117,4	141,1	214,8	267,7	314,2	290,8
Из них:						
Беларусь	108,5	123,4	184,1	234,5	277,0	261,3
Россия	8,2	15,3	27,8	31,3	35,6	28,2
Украина	0,4	1,8	2,7	1,5	1,1	0,9
Молдова	0,05	0,5	0,03	0,2	0,2	0,2
Республика Казахстан	0,03	0,05	0,07	0,04	0,2	0,2
Узбекистан	0,03	0,009	0,02	0,02	0,03	0,02
Страны вне СНГ	1,8	3,7	7,8	4,0	4,6	3,5

Источники: составлено авторами на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Учитывая, что агроэкотуризм является составной частью внутреннего туризма, он испытывает те же проблемы, что и последний. Их перечень из 10 пунктов указан в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» [8], но с таким же успехом его можно найти в предыдущей Программе на 2011—2015 гг. Он хорошо известен всем профессиональным участникам туристического рынка Беларуси и, к сожалению, гостям и туристам. Представим наше видение по важнейшим:

1) в стране по-прежнему не внедрен вспомогательный счет туризма, который позволил бы оценить его реальный вклад в экономику страны. Основная причина — отсутствие методики, специалистов, финансирования этой работы;

2) отсутствие грамотного продвижения и PR по формированию достоверного положительного образа страны для развития въездного туризма. Проблема создания туристического бренда страны все еще актуальна;

3) действующий порядок выдачи белорусских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, не способствующий росту въездного туризма. Анонсированное введение безвизового въезда для граждан ряда государств в случае прибытия в страну через аэропорт позволит решить эту проблему в значительной степени;

4) создание инфраструктуры для приема туристов, условий, способствующих более комфортному пребыванию на территории страны. Это большой комплекс, и его проблемы требуют отдельного освещения, но начинать нужно с функционирования туристических информационно-сервисных центров как внутри страны, так и за рубежом;

5) в комплекс мер инфраструктурного характера входит и развитие средств размещения. Проведение Чемпионата мира по хоккею в 2014 г. привело к резкому, скачкообразному росту числа отелей в г. Минске, преимущественно 4- и 5-звездных. Но их основной клиент — не турист-индивидуал, а деловой (MICE)-турист. В то же время в регионах, где и расположена большая часть интересных туристических объектов, ситуация со средствами размещения выглядит гораздо хуже;

6) отсутствие полной, агрегированной информации об экскурсиях, мероприятиях для туристов с учетом направлений (событийный туризм, деловой, спортивный, гастрономический, агро- и т.д.). Да и сами мероприятия проводятся в основном в столице страны и (или) в областных центрах и имеют сезонную периодичность. Сроки их проведения часто корректируются. На наш взгляд, именно это является важной причиной неразвитости внутреннего туризма. По большей части во всем мире такой туризм неорганизованный. И пусть доходы от национального туриста не очень велики и не относятся к показателям экспорта, но только заинтересовав своих граждан, мотивировав их ездить по стране самих и со своими гостями, можно привлечь интерес к ней;

7) недостаточное качество предоставляемых услуг (в широком понимании этого термина) при невысокой стоимости практически во всех направлениях туристической индустрии. Это связано с неготовностью внедрять современные технологии продаж и продвижения, отсутствием запаса финансовой прочности у многих участников рынка, недостатком квалифицированных кадров, особенно специалистов среднего звена и обслуживающего персонала, и др.

Перечень проблем можно продолжать довольно долго, и рамками одной статьи вряд ли можно обойтись. Но основной среди них многим представляется недостаток полномочий как интегратора у центрального регулирующего органа — Министерства спорта и туризма Республики Беларусь и его Департамента по туризму. Туристическая индустрия слишком широка и затрагивает интересы большого количества отраслевых органов управления. Усилий созданного при Совете Министров Республики Беларусь межведомственного экспертно-координационного совета по туризму недостаточно. Требуются экономические механизмы, учет интересов всех участников, да и в самом Министерстве спорта и туризма туризм занимает вторую позицию после спорта. Действия

Департамента по туризму и Национального агентства по туризму не всегда своевременны, недостаточно системны, часто направлены на решение текущих задач, а не стратегических вопросов.

И как результат, отсутствие Беларуси в мировом рейтинге стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма, публикуемом аналитической группой Всемирного экономического форума [9]. Причем наша страна в принципе никогда не присутствовала в данном рейтинге, что говорит не о недостаточном потенциале, а просто об отсутствии желания заявлять о себе как о серьезном игроке мирового туристического рынка. Всего в рейтинге за 2015 г. представлена 141 страна, причем ряд из них объективно слабее Беларуси с точки зрения и экономики, и безопасности, и туристической инфраструктуры. Выше всех среди стран-соседей находятся Россия (45-е место), Польша (47-е), Латвия (53-е). А ведь присутствие в рейтингах подобного рода рассматривается инвесторами и профессиональными игроками рынка как индикатор готовности к взаимодействию.

Таким образом, понимание важности проблем есть у всех участников. Не хватает системности действий и создания экономической заинтересованности. А это позволяет сказать, что при проведении работ по созданию общего туристского пространства СНГ целесообразно проводить общие обучающие проекты, шире привлекать средства инвесторов и международных финансовых структур, особенно в целях реализации инфраструктурных проектов, а также активнее использовать потенциал такого институционального механизма, как государственно-частное партнерство.

Л и т е р а т у р а

1. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, July 2016 — Russian version [Электронный ресурс] // UNWTO. — Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometerrus.2016.14.4.1>. — Дата доступа: 20.10.2016.

2. *Полещук, Н. И.* Анализ основных тенденций развития международного туризма в Республике Беларусь / Н. И. Полещук, А. С. Кусков // Труды факультета международных отношений : науч. сб. / Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2011. — Вып. II. — С. 95—102.

Poleshchuk, N. I. Analiz osnovnykh tendentsiy razvitiya mezhdunarodnogo turizma v Respublike Belarus' / N. I. Poleshchuk, A. S. Kuskov // Trudy fakul'teta mezhdunarodnykh otnosheniy : nauch. sb. / Belorus. gos. un-t. — Minsk, 2011. — Вып. II. — С. 95—102.

3. *Валединская, Е. Н.* Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике / Е. Н. Валединская // Соврем. проблемы сервиса и туризма. — 2012. — № 4. — С. 79—86.

Valedinskaya, E. N. Rol' i znachenie strategicheskogo razvitiya sfery uslug turizma i gostepriimstva v regional'noy ekonomike / E. N. Valedinskaya // Sovrem. problemy servisa i turizma. — 2012. — № 4. — С. 79—86.

4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

5. *Тарасенок, А. И.* Туристический комплекс Республики Беларусь: современные проблемы и новый механизм развития / А. И. Тарасенок // Белорус. экон. журн. — 2016. — № 1. — С. 109—127.

Tarasenok, A. I. Turisticheskiy kompleks Respubliki Belarus': sovremennye problemy i novyy mekhanizm razvitiya / A. I. Tarasenok // Belorus. ekon. zhurn. — 2016. — № 1. — С. 109—127.

6. Стратегия развития сотрудничества государств — участников Содружества Независимых Государств в области туризма на период до 2020 года [Электронный ресурс] : решение Совета глав правительств Содружества Независимых Государств, 20 нояб. 2013 г. // Интернет-портал СНГ. — Режим доступа: <http://www.e-cis.info/page.php?id=23895>. — Дата доступа: 20.10.2016.

7. National Geographic Traveler Awards 2016 [Электронный ресурс] // NATIONAL GEOGRAPHIC РОССИЯ. — Режим доступа: <http://www.nat-geo.ru/ngt-awards-2016/nomination/>. — Дата доступа: 25.11.2016.

8. Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016—2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г.,

№ 232 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21600232>. — Дата доступа: 20.10.2016.

9. Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2015 г. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. — Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/05/07/7152>. — Дата доступа: 20.10.2016.

Статья поступила в редакцию 07.12.2016 г.

УДК 338.242.2

E. Vorontsov
BSEU (Minsk)

KNOWLEDGE AS A PRODUCT OF THINKING AND A SOURCE OF SOCIAL ACTIONS IN A COGNITIVE SPHERE

In the article a knowledge is substantiated as a product of thinking, which exist only in a human's mind, there is no knowledge outside of it, there is only information; a correlation of information and knowledge is analyzed, the knowledge is presented as a source of a social action, the functions of knowledge are presented as an instrument and a way of the social acting.

Keywords: *knowledge; information; thinking; consciousness; action; social action; functions of knowledge; gaining of knowledge; knowledge management; cognition; transformation of knowledge; educational process.*

Е. В. Воронцов
доктор экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ЗНАНИЯ КАК ПРОДУКТ МЫШЛЕНИЯ И ИСТОЧНИК СОЦИАЛЬНЫХ ДЕЙСТВИЙ В КОГНИТИВНОЙ СФЕРЕ

В статье обосновывается знание как продукт мышления, местом нахождения которого является человек, за его пределами знания нет, есть информация, анализируется соотношение информации и знаний, представляются знания как источник социальных действий, функции знания как инструмент и как способ действия.

Ключевые слова: *знание; информация; мышление; сознание; действие; социальное действие; функции знания; обретение знаний; управление знаниями; познание; трансформация знаний; образовательный процесс.*

Информация и знания широко обсуждаются в научной литературе. Эти феномены исследуются с различных точек зрения: информационной, гносеологической, ценностной, логической, психологической, экономической и др. Их роль и значение изменяются при переходе общества от одного типа к другому. В информационном обществе исключительную важность приобретает информация, в ноосферном обществе знания становятся основным фактором развития. Расширяется состав ресурсов, привлекаемых для получения добавленной стоимости. Наряду с такими традиционными ресурсами, как материальные и денежные, акцент переносят на ресурсы интеллектуального капитала. Из всех его компонентов особую роль играют знания во всех сферах деятельности. Они превращаются в ключевой, определяющий фактор развития общества. Это актуализирует требование к систематизации понятийного аппарата в данной области, его адекватному толкованию.