ЭКОНОМИКА. СОЦИОЛОГИЯ. ПРАВО.

No 4(8)
2017

ECONOMICS. SOCIOLOGY. LAW.

No 4(8)
2017

ББК 65+60+67

9-40

Экономика. Социология. Право. № 4 (8) (2017). Брянск: РИО БГУ, 2017. – Точка доступа: http://profit-brgu.ru

Размещено на официальном сайте журнала: 14.12.2017г.

Председатель Редакционного совета:

Антюхов Андрей Викторович — доктор филологических наук, профессор, ректор ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» (БГУ).

Главный редактор:

Грищенков Александр Иванович — доктор экономических наук, профессор, проректор по экономическим и бюджетно-финансовым вопросам БГУ

Первый заместитель главного редактора:

Горбов Николай Михайлович — доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики и права БГУ.

Заместители главного редактора:

Бабич Оксана Викторовна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Экономики и управления БГУ;

 Γ лушак Николай Владимирович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Таможенного дела и маркетинга БГУ;

Гостенина Валентина Ивановна — доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой Социологии и социальной работы БГУ;

Лагерев Игорь Александрович – кандидат технических наук, проректор по инновационной работе БГУ

Редакционная коллегия:

экономического факультета БГУ;

Алексеев Андрей Алексеевич — доктор экономических наук, профессор кафедры экономики предприятия и производственного менеджмента, директор центра инновационного развития Санкт-Петербургского государственного экономического университета;

Артамонов Алексей Николаевич — кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой Государственно-правовых дисциплин БГУ;

Бабосов Евгений Михайлович — доктор философских наук, академик, заведующий отделом Института социологии Национальной Академии Наук Республики Беларусь;

Голенкова Зинаида Тихоновна — доктор философских наук, профессор, заместитель директора Института социологии РАН по науке, руководитель Центра исследования социальной структуры и социального расслоения Института социологии РАН;

Горбачев Александр Николаевич — кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой Земельного, трудового и экологического права БГУ;

Горина Светлана Алексеевна – доктор экономических наук, профессор, генеральный директор ООО «Аудит и консультирование» (г. Москва)

Донцова Людмила Васильевна — доктор экономических наук, профессор кафедры финансового контроля, анализа и аудита Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова (г. Москва);

Кара Игорь Степанович — кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой Уголовного права и криминологии БГУ;

Крутиков Валерий Константинович — доктор экономических наук, проректор по научнометодической работе Калужского филиала Финансового университета при Правительстве РФ; Ковалева Наталья Николаевна — кандидат экономических наук, доцент, декан Финансово*Ковальчук Юлия Александровна* — доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансового менеджмента Рязанского государственного радиотехнического университета;

Курбонов Абдулхайт Каримович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономического анализа и аудита Таджикского национального университета (г. Душанбе, Республика Таджикистан);

Маевский Сергей Сергеевич — кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры Уголовного-процессуального права и криминалистики БГУ;

Макарова Галина Владимировна — кандидат социологических наук, доцент, заместитель директора по учебной работе Института экономики и права БГУ;

Мамедов Агамали Куламович — доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии коммуникативных систем Московского государственного университета;

Мельгуй Андрей Эдуардович — кандидат экономических наук, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Бухгалтерского учета и налогообложения БГУ;

Омелин Виктор Николаевич — доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры Уголовного права и криминологии БГУ;

Погонышева Дина Алексеевна — доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой Автоматизированных информационных систем и технологий БГУ;

Рулинская Анна Георгиевна — кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Финансов и статистики БГУ;

Шилина Светлана Александровна – доктор социологических наук, доцент кафедры Социологии и социальной работы БГУ;

Шушканов Павел Александрович — кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой Гражданско-правовых дисциплин БГУ.

В данном выпуске сетевого издания — электронного научного журнала «Экономика. Социология. Право» представлены материалы ученых по указанным направлениям научных исследований. Журнал предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений.

Ответственность за точность фактологического материала, используемого в статьях, несут авторы.

© РИО БГУ, 2017

BBK 65+60+67

E-40

Economics. Sociology. Law. No. 4 (8) (2017). Bryansk: Editorial and Publishing Unit BSU, 2016. – Access point: http://profit-brgu.ru

Posted on the official website of the journal: 14.12.2017r.

Editorial Board Chairman:

Antyukhov Andrey Viktorovich – Doctor of Philology, Professor, Rector of I. G. Petrovsky Bryansk State University (BSU).

Editor in chief:

Grishchenkov Aleksandr Ivanovich – Doctor of Economics, Professor, Pro-rector for economic and fiscal affairs, BSU.

First Deputy Editor in chief:

Gorbov Nikolay Mikhailovich – Doctor of Economics, Professor, Director of Institute of Economics and Law, BSU.

Chief Editor Deputies:

Babich Oksana Viktorovna – Doctor of Economics, Professor, Head of the chair of Economics and Management, BSU;

Glushak Nikolay Vladimirovich – Doctor of Economics, Professor, Head of the chair of Customs Affairs and Marketing, BSU;

Gostenina Valentina Ivanovna – Doctor of Sociology, Professor, Head of the Chair of Sociology and social work, BSU;

Lagerev Igor Aleksandrovich – Candidate of Engineering Sciences, Pro-rector for innovation, BSU

Editorial Board:

Alekseev Andrey Alekseyevich – Doctor of Economics, Professor of the Chair of Business Economics and industrial management, Director of the center for innovative development, St. Petersburg State University of Economics and Finance;

Artamonov Alexey Nikolayevich – candidate of Juridical Sciences, associate Professor, Head of the Chair of State and Law disciplines, BSU;

Babosov Evgeny Mikhailovich – Doctor of Philosophy, Academician, Head of the Department, Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of the Republic of Belarus;

Golenkova Zinaida Tikhonovna – Doctor of Philosophy, Professor, Deputy Director for science of the Institute of Sociology of the Russian academy of science, Head of the Center for the study of social structure and social stratification, Institute of Sociology;

Gorbachev Alexander Nikolayevich – candidate of Juridical Sciences, associate Professor, Head of the Chair of Land, Labour and Environmental law, BSU;

Gorina Svetlana Alekseyevna – Doctor of Economics, Professor, Director General of OOO "Audit and Consulting" (Moscow)

Dontsova Lyudmila Vasilyevna. – Doctor of Economics, Professor of the Chair of financial control, analysis and audit, Plekhanov Russian University of Economics (Moscow);

Kara Igor Stepanovich – candidate of Juridical Sciences, associate Professor, Head of the Chair of Criminal law and Criminology, BSU;

Krutikov Valery Konstantinovich – Doctor of Economics, Vice-rector for scientific and methodical work of the Kaluga branch Financial University under the Government of the Russian Federation;

Kovaleva Natalia Nikolayevna – Candidate of economic Sciences, associate Professor, Dean of the faculty of finance and economics, BSU;

Kovalchuk Yuliya Aleksandrovna – Doctor of Economics, Professor of the chair of Economics and financial management, Ryazan state radio engineering University;

Kurbonov Abdulhait Karimovich – Doctor of Economics, Professor, Head of the Chair of economic analysis and audit of the Tajik national University (Dushanbe, Republic of Tajikistan);

Mayevsky Sergey Sergeyevich – candidate of Juridical Sciences, associate Professor of the Chair of Criminal procedural law and criminology, BSU;

Makarova Galina Vladimirovna – Candidate of sociological Sciences, associate Professor, Deputy Director for educational work of Institute of Economics and law, BSU;

Mamedov Agamali Kulamovich – Doctor of Sociology, Professor, Head of the Chair of sociology of communication systems, Moscow state University;

Melgui Andrey Eduardovich – Candidate of economic Sciences, associate Professor, Head of the Chair of Accounting and taxation, BSU;

Omelin Viktor Nikolayevich – Doctor of Laws, Professor, Professor of Criminal law and criminology, BSU;

Pogonysheva Dina Alexeyevna – Doctor of Pedagogics, Professor, Head of the Chair of Automated information systems and technologies, BSU;

Rulinskaya Anna Georgievna – Candidate of economic Sciences, Professor, Head of the Chair of Finance and statistics, BSU;

Shilina Svetlana Aleksandrovna – Doctor of Sociology, associate Professor of the Chair of Sociology and social work, BSU;

Shushkanov Pavel Alexandrovich – candidate of Juridical Sciences, Professor, Head of the Chair of Civil disciplines, BSU.

In this network edition – electronic scientific journal «Economics. Sociology. Law» you can find materials of the scientists in these areas of research. The journal is intended to researchers, teachers, postgraduates and students of higher educational institutions.

The authors are responsible for the accuracy of the factual material used in the articles.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Р.А. Бандурин	
Защита прав потребителей: правовой и товароведческий аспекты	9
О.В. Глушак, В.Г. Степченко, В.П. Григорьева	
Оценка социально-экономического и инновационного потенциала монопрофильных	
образований в России и Брянской области	15
В.А. Горбатова, А.А. Гордеев, И.А. Самойлова	
Оценка экономической эффективности современных подходов к управлению персоналом	26
Д.И. Крисанова	
Реализация государственной молодежной политики в Брянской области	31
С.Ю. Мычка, М.А. Шаталов	
Структурно-логическая модель стратегии реализации маркетингового инструментария вертикально-интегрированной структуры АПК	38
И.М. Стаценко	
Обоснование единых цен межрегиональных продуктовых розничных торговых сетей.	48
В.В. Фещенко	
Совершенствование коммуникаций в управлении человеческими ресурсами в органах муниципального управления	56
А.Н.Фомина	
Влияние цифровых технологий на трансформацию бизнес-стратегий в	
телевещательной индустрии	63
О.М. Михалева, Н.Н. Шевень	
Инвестиционная деятельность региона: сущность, содержание, методы управления	67
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	
В.И. Гостенина, К.С. Карандин	
Особенности применения корреляционного анализа в социологических	
исследованиях	73
Н. Моисеенко	
Социологическое управление регулированием конфликтов в студенческой среде	82
С.А. Шилина, М.А. Штельмухова	
Управленческий дискурс как технология социальной политики государства по	
укреплению института семьи	91
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ	
В.К. Токторова	
Демократические инструменты в системе построения гражданского общества в	
Кыргызской республике	111
A.К. Эрматов	
Административное право в системе регулирования общественных отношений: обзор	
теоретических полхолов	119

CONTENTS

ECONOMICS

K.A. Bandurin	
Consumer protection: legal and commercial aspects	9
O.V. Glushak, V.G. Stepchenko, V.P. Grigor'eva	
Evaluation of socio-economic and innovative potential of single-industry entities in Russia	
and Bryansk region	15
V.A. Gorbatova, A.A. Gordeev, I.A. Samoilova	
Estimation of economic efficiency of modern approaches to personnel management	26
D.I. Krisanova	
Implementation of state youth policy in the Bryansk region	31
S.Yu. Mychka, M.A. Shatalov	
Structural-logical model of the strategy implementation of marketing instrumentation of vertical-integrated structure AIC	38
I.M. Statsenko	
Justification of unified prices of interregional product retail networks	48
V. V.Fetschenko	
Improving communication in human resource management in municipal administration	56
A.N. Fomina	
The influence of digital technologies on the transformation of business strategies in the	
broadcasting industry	63
O. M. Mikhaleva, N. N. Seven	
Investment activity of the region: essence, content, management	67
SOCIOLOGY	
V.I. Gostenina, K.S. Karandin	
Peculiarities of the use of correlation analysis in sociological research	73
N.A. Moiseenko	
Sociological management conflict management in student environment	82
S.A. Shilina, M.A. Shtelmukhova	
Managerial discourse as a technology of social policy to strengthen family institution	91
LAW	
LAW	
V.C. Toktorova	
Democratic instruments in the system of construction of civil society in the Kyrgyz republic	111
A.K. Ermatov	
Administrative law in the system of regulation public relations: the review of theoretical	
approaches	119

ЭКОНОМИКА

УДК 347:366.542(620.2)

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ПРАВОВОЙ И ТОВАРОВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Р.А. Бандурин

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Правовая грамотность россиян в сфере потребительского рынка невысока. В средствах массовой информации появляются новости о некачественных товарах, проданных гражданам, различных способах обмана покупателей в розничной торговой сети, судебных разбирательствах по поводу ущерба, нанесенного здоровью и имуществу потребителей. И это несмотря на то, что законодательство в данной сфере непрерывно совершенствуется, а интенсивность проверок торговых предприятий постоянно растет. К сожалению, снижение в последние годы покупательского спроса заставляет собственников торгового бизнеса изобретать все более изощренные способы привлечения внимания покупателей и побуждения их к совершению покупки, зачастую граничащие с нарушением действующего законодательства о защите прав потребителей, либо прямо нарушающие его.

Ключевые слова: защита прав потребителей, законодательство, качество товара, потребительский рынок, товароведческая экспертиза, поведение потребителей.

Действующее законодательство в сфере защиты прав потребителей предоставляет гражданам гораздо больше прав по сравнению с торговым бизнесом. Однако судебная практика и результаты деятельности независимых экспертных организаций свидетельствует о том, что трудности возникают, как правило, у физических лиц. Целью статьи является подробное объяснение того, как следует себя вести покупателям в случае, если их права на качественные товары и услуги торговли нарушены, а также как уберечь себя от проблем, владея азами потребительских знаний.

Логично будет начать правой ликбез с изложения правильной модели поведения при выборе товара. В настоящее время сфера торговли пестрит импортными брендами и отечественными товарами, причем с большой долей вероятности можно купить и добротный продукт, изготовленный в российской провинции, и товар отвратительного качества от известной торговой марки. Рынок фальсификата в России исчисляется миллиардами рублей ежегодного оборота. Здесь поставлено на поток производство поддельных упаковок, комплектующих, пошив оригинальных лейблов и ярлыков, собственно изготовление похожих на оригинал моделей и видов товаров.

В первую очередь необходимо изучить информацию о товаре, представленную на упаковке, ценнике, информационных листках внутри тары (упаковки). Чем полнее раскрывает продавец (производитель) потребительские свойства и особенности товара, тем больше вероятность, что вы приобретаете качественный и безопасный продукт оригинальной марки. В соответствии с законом существует перечень информационных констант, обязательных к размещению на упаковке конкретного товара. Для телевизоров – это диагональ экрана и вид матрицы, для обуви – материал верха и подошвы, размер, для ювелирных изделий – вид драгоценного металла, его масса в граммах, если изделие со вставками, то вид драгоценного или полудрагоценного камня и его масса в каратах. Для всех потребительских промышленных и продовольственных товаров безусловно указывается наименование фирмы-изготовителя и контактные данные, наименование товара, его состав, нормативно-технический документ иностранного государства, либо страны-члена Таможенного Союза (маркировка EAC), а также наличие или отсутствие в составе генетически модифицированных организмов (для продовольствия).

Особая речь – о гарантийном талоне (листке) товара. Зачастую изготовители оформляют его как дополнительный источник информации. Например, памятка по уходу за

кожаной обувью или меховым изделием может быть напечатана с обратной стороны гарантийного талона. Невзирая на полноту представления сведений об изделии, наличие более или менее качественно выполненного гарантийного документа, свидетельствует о добросовестном отношении предпринимателя к организации оказания вам услуг торговли.

Стоит оговориться, что современному покупателю желательно вооружиться и таким важным инструментом конкурентной борьбы на потребительском рынке как знание иностранного языка. Как правило, владения английским в большинстве спорных случаев бывает необходимо и достаточно. Несмотря на то, что в статье 8 Закона РФ «О защите прав потребителей» зафиксировано, что информация о товарах, работах, услугах доводится до граждан на русском языке, в судебно-товароведческой практике известны случаи, когда данное требование не соблюдается [1]. Это обстоятельство в большинстве случаев указывает на недобросовестного продавца, который хочет ввести противоположную стоону в заблуждение. Наличие в руководстве по эксплуатации изделия нескольких и более орфографических и пунктуационных ошибок (одну-две можно расценивать как случайную при печати, хотя транснациональные корпорации вроде «Panasonic» или «Unilever» не позволяют даже этого, несмотря на то, что родной язык их бизнеса английский), а тем более фраз вида «Роскошный покрой строгой линии вдоль себя», «Материалы хлопчатой кожи» или «Заряжать час, заряжать инструмент, ставить, освобождать, проветрить дальняя легко зажечи» свидетельствует о покупке контрафактной продукции, не имеющей ничего общего с брендом, указанным на ценнике или маркировке. случае дальнейшего обращения в территориальное Роспотребнадзора с жалобой на некачественный товар, а затем с гражданским иском в судебные органы данный факт всегда служит отягчающим вину продавца обстоятельством и свидетельствует в пользу потребителя. Возвращаясь же к владению иностранным языком, следует привести два примера из судебно-экспертной практики, когда это сыграло решающую роль в деле, причем в первом мог быть причинен также вред здоровью покупателя, и данным фактом занялись органы прокуратуры.

Пример 1. Для экспертизы была предложена женская сумка с явными дефектами. При изучении ярлыков был обнаружен текст на английском языке без соответствующего перевода. Перевод гласит: «Осторожно! Для безопасности потребителя, все материалы и детали соответствуют стандартам низкого содержания свинца нашего предприятия и были протестированы случайным образом. Однако, с учетом того, что для производства был привлечен человеческий труд, товар может содержать свинец, который способен вызывать рак, пороки деторождения или приводить к другим вредным последствиям для репродуктивной функции человека. Это проявляется, только если вы используете его не по назначению, например, едите, жуете, вдыхаете и т.д.»



Рис. 1. – Ярлык с инфомацией о потенциальном вреде товара для здоровья

Такая информация однозначно должна быть доведена до потребителя в более четком формате и на русском языке, чтобы оградить его от возможных опасных последствий эксплуатации сумки и дать ему возможность выбора, покупать такое изделие или нет. Отсутствие таковой является нарушением законодательства о защите прав потребителей, поскольку неизвестно, как влияет свинец, возможно содержащийся в товаре, на носимые в сумке вещи, в том числе, продукты питания, косметику, детские товары, может ли он выделяться в воздух из материала и приносить вред при вдыхании его испарений, как в случае с бензином. Продавец грубо нарушил право потребителя на достоверную информацию о товаре, не предоставив ему никаких сведений о его основных потребительских свойствах, а также о правилах пользования товаром в связи с возможным содержанием канцерогенного вещества – свинца.

Пример 2. Гражданка N приобрела в отделе детских товаров крупного торгового центра детскую коляску известной польской торговой марки. Полное руководство по эксплуатации изделия у продавца отсутствовало, была предоставлена ксерокопия его части, касающейся сборки и правил эксплуатации коляски, гарантийных обязательств. Через месяц эксплуатации обнаружился явный дефект - скрип деталей рамы. Фирма-изготовитель предусмотрительно позаботилась о защите своей деловой репутации и бренда от фальсификации, в том числе в плане предоставления недостоверных сведений о товаре. На официальном сайте представлена информация о том, как отличить оригинальную коляску, изготовленную в Польше, от подделки. Кроме того, фирма отмечает на сайте, что «Самой популярной моделью с точки зрения контрафактной поставки является (исследуемая модель) и ее модификации. Обязательная комплектация коляски и ее модификаций: инструкция по эксплуатации на русском языке, включающая гарантийный талон, фирменный комплект. Инструкция представляет собой глянцевую брошюру из 2 листов с описанием приобретенного товара, процесса его сборки, правил эксплуатации и условий гарантии. Это не ксерокопия, не распечатанный лист, а именно глянцевая брошюра каталожного качества». Таким образом, в ходе предварительного анализа экспертами был сделан вывод о том, что данный товар являлся контрафактным. В ходе электронной переписки с сотрудником польской компании было выяснено, что гарантийный срок изделия составляет один год, тогда как в ксерокопии инструкции, выданной продавцом, был обозначен полугодовой период.

После изучения разнообразной информации о выбираемом товаре, следует провести минимальный поверхностный, как бы сказали товароведы, органолептический осмотр товара, т.е. оглядеть его со всех сторон, обратив внимание на качество швов, клеевых соединений например, для одежды, обуви, сумок. Для бытовой техники, электроники, часов помимо визуального осмотра поверхности изделия на предмет наличия трещин, сколов, потертостей, желательно проверить товар в действии, включив его в электрическую сеть или снабдив элементом питания. Параллельно покупатель должен оценить (если это не сделает продавец) адекватность комплектации товара, т.е. наличие в упаковке (потребительской таре) всех принадлежностей, без которых невозможна нормальная эксплуатация товара. Это могут быть подставка либо кронштейн для телевизора, зарядное устройство для мобильного телефона, объектив для фотоаппарата.

Почему мы советуем хотя бы мельком осмотреть товар со всех сторон? Во-первых, это позволяет выявить мелкие дефекты уже на сталии выбора, и тем самым оградить себя от ошибочного выбора. Во-вторых, повышенное внимание может насторожить нерадивого продавца и заставить его волноваться по поводу того, что вы можете обнаружить скрываемые им дефекты, фальсификацию и вывести его «на чистую воду». Обычно при такой модели поведения, он старается всячески отвлечь покупателя и завершить оплату фразами «Качество гарантируем!», «Не нужно ничего проверять!», «Не волнуйтесь, у нас есть все сертификаты»...

Переходя к завершающей стадии покупки, т.е. к уплате причитающейся торговому предприятию сумме денег и получению товара на руки, необходимо напомнить о правовом понятии «публичная оферта», закрепленнном в статье 437 Гражданского Кодекса РФ [2]. Знание юридических принципов его действия в бизнесе часто позволяет гражданам не

только предотвратить нежелательные тяжбы с администрацией торгового предприятия, но и уберечься от дополнительных финансовых и временных затрат. Не вдаваясь в юридические тонкости, проиллюстрируем действие публичной оферты на примере, с которым наверняка хотя бы раз в жизни сталкивался любой покупатель. В условиях волатильности экономики, ударивших по малому и среднему бизнесу, он встречается все чаще и чаще. Итак, вы выбрали товар, отметили для себя его стоимость, указанную на ценнике, однако на кассовом узле продавец называет вам другую, большую цену под предлогом того, что (здесь могут быть самые разные варианты) забыли переклеить новый ценник, пришла новая более дорогая партия того же товара, или просто по ошибке, и заплатить поэтому нужно будет больше. Внимание! Вас пытаются ввести в заблуждение и нажиться на незнании закона! Согласно правилу публичной оферты, продавец, указав на ценнике, в форме электронного заказа или иным образом конкретную цену и существенные условия сделки (наименование товара, артикул, единицу измерения), обязан продать товар именно по данной цене и никак иначе. Никакие оправдания не должны приниматься во внимание ни покупателем, ни контролирующими инстанциями. Если ваши апелляции к закону не возымеют действия, рекомендуем немедленно пройти к стенду с книгой отзывов и предложений торгового предприятия. В книге, которую обязаны регулярно проверять сотрудники территориального управления Роспотребнадзора РФ, необходимо в произвольной форме, не упуская существенных фактов нарушения ваших прав как потребителя и сути проблемы, возникшей в процессе оказания услуги розничной торговли, описать претензию.

Реформирование организационной структуры Роспотребнадзора РФ привело к тому, что штат инстанции-правопреемницы Государственной инспекция по торговле, контролю качества товаров и защите прав потребителей РФ резко сократился. Так, в Брянской области на данный момент функционируют девять терриориальных подразделений, сформированных по кустовому принципу. Закономерно, что охватить все предприятия-субъекты отрасли розничной торговли и общественного питания в объеме, которого требуют экономические реалии и фактическое качество потребительских товаров на должном уровне, такой структуре затруднительно. Как отмечает руководство Управления, за последние три года, сопровождавшиеся резким сокращением реальных доходов населения, снижением совокупного спроса и увеличением доли некачественных товаров, прирост количества жалоб от граждан составлял 1,5-2 раза по сравнению с предшествующим годом. Для примера, за период с 15.05.2017 г. по 19.05.2017 г. на территории Брянской области было проведено 135 проверок юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, в ходе 81-й проверки были выявлены правонарушения, т.е в 60% случаев [3].

Изменения коснулись и более важного, на наш взгляд, процессуального аспекта взаимодействия Роспотребнадзора с контролируемыми субъектами рынка. К сожалению, это новшество нанесло ущерб правам граждан. Суть его заключается в следующем. В бытность Госторгинспекции в случае, когда администрация торгового предприятия нарушало права потребителя, продавая некачественный товар либо отказывая ему в получении книги жалоб, человек имел право немедленно обратиться в контролирующий орган с жалобой, реакция на которую была одна – серезная проверка данного магазина и предоставляемых им услуг. После образования Роспотребнадзора РФ и принятия соответствующих нормативных правовых актов, потребитель вначале должен составить и направить официальную претензию в адрес администрации субъекта торговли или общественного питания, а затем, в случае, если ответа не поступит, либо он будет каким-либо образом ущемлять права потребителя, обращаться за сатисфакцией в территориальное управление Федеральной службы.

Таким образом, от того, насколько правильно ли гражданин подготовит претензию и какие действия предпримет, будет зависеть исход дела. Если покупатель обнаружил существенные недостатки товара уже в процессе экслуатации (бытовая техника, мебель) или использования (продукты питания, обувь, одежда), необходимо составить официальную претензию. Она оформляется в произвольной форме, но, тем не менее, должна содержать ряд обязательных реквизитов. Итак, на листе бумаги рукописным или машинописным способом в

верхнем правом углу указывается наименование предприятия, в котором вы приобрели некачественный товар или услугу. Можно упомянуть конкретное должностное лицо данной фирмы вкупе с ее названием либо оставить лишь наименование юридического лица или предпринимателя. Ниже пишут известный адрес местонахождения фирмы – почтовый или фактический с указанием почтового индекса (если претензия отсылается почтой) или без него в случае личного вручения. Будьте внимательны! Для первого варианта разумно будет воспользоваться заказным письмом, так как вы сможете отследить и подтвердить доставку корреспонденции с помощью почтового идентификатора. Во втором, при передаче претензии секретарю, продавцу или иному сотруднику фирмы, обязательно попросите сделать отметку о вручении (получении) ему претензии, а затем ксерокопию официального документа, коим после выполнения всех вышеперечисленных шагов становится ваша бумага. Теперь ее можно прикреплять к гражданскому делу, если впоследствии дойдет до судебного разбирательства, направлять в прокуратуру, Роспотребнадзор, независимые экспертные организации. После конкретизации адресата нужно разборчиво, согласно документу, удостоверяющему личность, внести в претензию сови фамилию, имя и отчество, паспортные данные (серия, номер, кем и когда зарегистрирован), а также контактный телефон с кодом города. Указывать адрес места жительства необязательно, кроме случая с почтовой отправкой претензии.

Ниже посреди листа пишется слово «претензия» либо «жалоба». Со следующей строки в произвольной форме, но не упуская существенных моментов и фактов покупки дефектного товара (оказания некачественной услуги), а именно его подробного наименования с артикулом, даты визита в магазин, количества приобретенного товара, его цены (уплаченной денежной суммы) и, главное, описания обнаруженных недостатков составляется собственно сам текст претензии. Также можно упомянуть должность и (или) имя, фамилию обслуживавшего вас продавца, дополнительные обстоятельства (например, его грубое поведение, проблемы с кассовым узлом, банковским терминалом). Завершить претензию следует абзацем, в котором вы просите в соответствии с Законом «О защите прав потребителей»:

- 1) расторгнуть договор купли-продажи и вернуть вам полную стоимость, уплаченную за некачественный товар;
- 2) заменить на такой же или аналогичный товар надлежащего качества с соответствующим перерасчетом, если он потребуется;
 - 3) произвести возврат товара и устранить за счет продавца его недостатки (ремонт).

После резюмирующей фразы целесообразно добавить предложение: «В случае, если мои требования не будут рассмотрены и удовлетворены в оговоренный законом срок, я вынужден буду обратиться в территориальное управление Роспотребнадзора РФ по месту жительства, а также в судебные органы». Ответ на претензию должен быть получен вами в течение 10 дней (ст. 22 Закона) с момента вручения письма по почтовому штемпелю или идентификатору, либо отметки на самой претензии.

Ниже ставится подпись гражданина, ее расшифровка с разборчиво написанными фамилией и инициалами, а также дата составления.

По итогам рассмотрения претензии и отказа юридического лица в удовлетворении его требований, потребитель, чьи права действительно были нарушены, принимает решение об обращении в Роспотребнадзор либо независимую экспертную организацию.

В представленной статье изложены пошаговая инструкция для потребителя по поведению в торговом предприятии при выборе товара или услуги, а также действия, которые он должен предпринять в соответствии с законом «О защите прав потребителей», если его права были нарушены. Описана методика подготовки официальной претензии в адрес юридического лица, а также основные ошибки, допускаемые гражданами из-за незнания нормативной базы в ходе купли-продажи товаров и услуг на потребительском рынке.

Список литературы

- 1.3акон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей» // Сайт справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305// (дата обращения 02.04.2017).
- 2. Гражданский кодекс РФ (по состоянию на 10.05.2017 г.). М.: «Проспект». 2017. 624 с.
- 3. Информация о проверках, проведенных с 15.05 по 19.05. 2017 // Сайт Управления Роспотребнадзора РФ по Брянской области URL http://www.32.rospotrebnadzor.ru/content/view/ 2066/ 124/// (дата обращения 26.05.2017).

Сведения об авторе

Бандурин Р.А. – кандидат экономических наук, доцент Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, начальник отдела инновационного развития, судебный товаровед-эксперт ООО «Независимая экспертиза», amberscorp@mail.ru.

UDK 347:366.542(620.2)

CONSUMER PROTECTION: LEGAL AND COMMERCIAL ASPECTS

R.A. Bandurin

Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky

Legal literacy of Russians in the sphere of the consumer market is low. The legislation in this area is continuously improved, and the intensity of checks of trade enterprises is constantly growing. However, the consumer demand's decline forces businesses to invent ever more creative ways to attract customers 'attention and encouraging them to make a purchase, often bordering on the violation of the current legislation, or directly violate it.. *Key words:* the consumer protection law, product quality, consumer market, commodity expertise, consumer behavior.

References

- 1. Zakon RF ot 07.02.1992 N 2300-1 (red. ot 03.07.2016) «O zashchite prav potrebitelej» // Sajt spravochno-pravovoj sistemy «Konsul'tantPlyus» URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305// (data obrashcheniya 02.04.2017).
- 2. Grazhdanskij kodeks RF (po sostoyaniyu na 10.05.2017 g.). M.: «Prospekt». 2017. 624 s.
- 3. Informaciya o proverkah, provedennyh s 15.05 po 19.05. 2017 // Sajt Upravleniya Rospotrebnadzora RF po Bryanskoj oblasti URL http://www.32.rospotrebnadzor.ru/content/ view/ 2066/124/// (data obrashcheniya 26.05.2017).

Author's information

Bandurin R.A. – candidate of economic Sciences, associate Professor, Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky, head of Innovative development department, judicial merchandiser-expert of the LLA «Independent expertise», amberscorp@mail.ru

УДК 332.1

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МОНОПРОФИЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В РОССИИ И БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

О.В. Глушак, В.Г. Степченко, В.П. Григорьева

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье рассматриваются социально-экономические проблемы функционирования монопрофильных образований России, определены подходы к определению понятия «моногород». Кроме этого предпринята попытка представить распределение моногородов по специализации градообразующих предприятий и по категориям («красная», «жёлтая» и «зелёная» зоны). Проведен анализ социально-экономического состояния и инновационного потенциала моногородов Брянской области.

Ключевые слова: монопрофильные образования, моногород, социально-экономическая ситуация, инновационный потенциал.

настоящее время огромное внимание уделяется развитию экономического и инновационного потенциала городов со стороны научной общественности. В работах таких авторов, как Алексеев А.А. [3,4], Глушак Н.В. [3,4,5], Грищенков А.И.[6,7,8,10], Глушак О.В. [5], Михеенко О.В. [12], Грищенкова В.П. [9], Титов А.Б. [3,4], Геращенко Т.М. [14], Сураева М.О. [13], Кулагина Н.А. [11], Козлова Е.М. [11] рассматриваются все стороны социально-экономического состояния и инновационного развития, как на уровне страны, региона, так и небольших населенных пунктов, а также моногородов расположенных на территории России. Характерной чертой российской экономики является то, что большая часть экономически активного населения проживает в населенных пунктах, в которых главной движущей силой выступает одно градообразующее предприятие. При этом большинство населения российских моногородов проживает в «проблемных» городах, значительная часть которых расположена в регионах Поволжья и

В действующий перечень монопрофильных муниципальных образований РФ (№668-р от 16.04.2015) включены 319 моногородов, где по состоянию на 31.12.2014 г. проживало 13025 тыс. человек (около 9% населения России) [2]. В зависимости от сложности социально-экономической обстановки выделяют три категории моногородов: города с наиболее сложным социально-экономическим положением (т.н. «красная зона» — в ней находятся 94 моногорода), города с рисками ухудшения социально-экономического положения («жёлтая зона» — 154 моногорода) и города со стабильной социально-экономической ситуацией («зелёная зона» — 71 моногород). Основными критериями для определения категории города являются состояние градообразующей организации (продолжает ли она производство, планирует ли высвобождение персонала), уровень безработицы в городе (по сравнению со средним по РФ), оценка населением социально-экономической ситуации в городе (на основе социологических опросов).

По данным Росстата, в наименее благополучных моногородах, относящихся к «красной зоне», на начало 2016 г. проживало 3217 тыс. чел., или 25% населения моногородов России. Ещё 5620 тыс. чел. (43% населения моногородов) проживало в городах с рисками ухудшения социально- экономического положения. В «стабильных» моногородах проживало только 4188 тыс. чел., или 32% населения моногородов. Таким образом, в целом по России более 2/3 населения моногородов живёт в городах, где социально-экономическая обстановка уже является крайне сложной, либо существуют риски её ухудшения (рисунок 1).

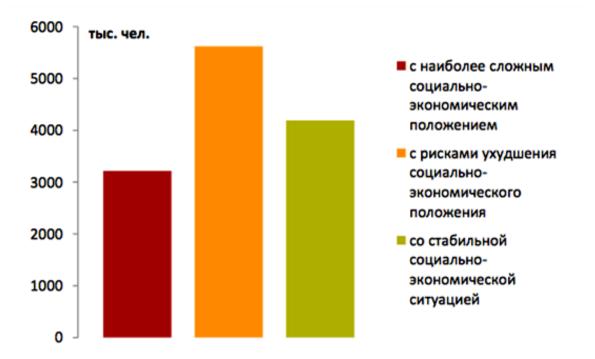


Рис.1. — Распределение населения моногородов России по категориям городов в зависимости от социально-экономической ситуации (3 зоны)

Согласно нормативным документам (ПП РФ №709 от 29.07.2014) [1], для включения нового муниципального образования в перечень моногородов необходимо, чтобы численность населения в данном образовании составляла не менее 3 тыс. человек. Но поскольку численность населения ряда городов сокращается, и, кроме того, некоторые малые поселения были включены в список моногородов до вступления в силу этого ограничения, сейчас существует 18 моногородов с численностью населения менее 3 тыс. человек. Большинство этих городов относятся к «красной» зоне — к городам с наиболее сложным положением.

Самым маленьким моногородом России по численности населения (данные на начало 2016 г.) является пос. Беринговский (Чукотский АО), где проживает 837 человек (это монопрофильное поселение со специализацией в угледобыче). Больше всего таких «сверхмалых» моногородов – в Северо-Западном ФО (это моногорода, специализирующиеся на производстве лесо- и пиломатериалов, а также строительных материалов).

Крупнейшим моногородом по численности населения является город Тольятти (713 тыс. чел.). Ещё в 6 моногородах численность населения находится в диапазоне 200-500 тыс. человек (Новокузнецк, Набережные Челны, Магнитогорск, Нижний Тагил, Череповец, Нижнекамск). Большинство этих городов относятся к т.н. «зелёной» зоне — городам со стабильным положением. Вместе с тем, два города — Череповец и Набережные Челны — отнесены к «красной зоне» в связи с сокращением персонала градообразующими организациями и неблагоприятной конъюнктурой рынков, на которых они работают.

Средняя по стране численность населения моногорода составляет около 40 тыс. человек. Кроме того, в экономически «стабильных» моногородах численность населения в среднем выше, чем в менее благополучных городах. По оценке ИКСИ, средняя численность населения городов «зелёной» зоны в начале 2016 г. составляла около 60 тыс. человек, а городов «красной» и «жёлтой» зоны — 34-36 тыс. человек.

Моногорода имеются в 61 из 85 регионов России, но в наибольшей степени они сосредоточены в регионах Поволжья и Сибири. На территории ПФО и СФО находится почти половина российских моногородов (79 городов в ПФО и 66 – в СФО), в которых проживает 55% населения моногородов. Если в среднем по стране в моногородах проживает около 9% населения, то в регионах ПФО этот показатель составляет 14%, а в регионах СФО – 16%.

Кроме того, на территории этих же регионов находится значительное количество «проблемных» моногородов, относящихся к «красной» и «жёлтой» зонам (рисунок 2).



Рис. 2. – Численность населения моногородов различных категорий по федеральным округам РФ (тыс. чел.) и доля населения округа, проживающего в моногородах (%)

Ещё в двух федеральных округах России — Центральном и Уральском — также размещено довольно много моногородов. В Центральном ФО расположен 61 моногород, однако эти монопрофильные поселения, как правило, имеют небольшую численность населения. Например, только в 7 моногородах ЦФО численность населения превышает 40 тыс. человек, а средний «размер» моногорода в этом округе составляет 19,9 тыс. человек (это минимальный показатель среди федеральных округов) [11]. Отраслевая специализация в этих городах достаточно разнообразна: деревообработка, производство строительных материалов, пищевая, текстильная промышленность и др.

В 10 субъектах РФ (таблица 1) ситуация с состоянием и развитием моногородов имеет особое значение, поскольку в этих регионах доля населения, проживающего в моногородах, превышает 20% (при среднем показателе по стране около 9%). Рекордно высокий показатель – 60,2% населения региона — наблюдается в Кемеровской области, на территории которой расположено 24 моногорода (большинство из них специализируется на добыче угля и имеет достаточно большую численность населения). Треть этих городов относится к «красной» зоне, т.е. имеет наиболее сложное социально-экономическое положение (это угледобывающие города, включая Прокопьевск, Анжеро-Судженск и др., а также города со специализацией в чёрной металлургии и производстве горно-шахтного оборудования).

Помимо Кемеровской области, к регионам с высокой долей населения, проживающего в моногородах, относятся Челябинская и Свердловская области, а также Республика Карелия – это регионы со значительным количеством монопрофильных муниципальных образований (в текущей ситуации это более 10 городов на территории субъекта РФ). В этих регионах есть достаточно выраженная специализация моногородов. Например, значительная часть моногородов Челябинской и Свердловской областей имеет специализацию в чёрной или цветной металлургии, а Республики Карелия – в лесозаготовительной и целлюлознобумажной промышленности. Значительное число моногородов из этих регионов относится к «красной зоне» (более половины в Карелии и Челябинской области, 30% в Свердловской области). В то же время определённая часть моногородов в этих областях, напротив, имеет

относительно стабильное положение и относится к «зелёной» зоне. Примечательно, что в ряде регионов более благополучные моногорода имеют специализацию, отличающуюся от «основной» специализации моногородов этого региона. Так, в Кемеровской и Свердловской областях большинство «стабильных» моногородов специализируются в чёрной или цветной металлургии, а в Челябинской области — в атомной отрасли.

	Регион	Население моногородов, тыс.чел.	Доля населения в моногородах, %	Кол-во моногород ов.	В т.ч. «Красная зона»	«Жёлта я»	«Зелёна я»
1	Кемеровская область	1 636	60,2%	24	8	12	4
2	Челябинская область	1 130	32,3%	16	7	5	4
3	Вологодская область	36S	30,7%	4	3	1	0
4	Республика Хакасия	157	29,2%	6	1	5	0
5	Свердловская область	1 253	28,9%	17	5	6	6
6	Республика Татарстан	1 034	26,7%	7	2	4	1
7	Архангельская область	298	25,3%	7	2	3	2
8	Самаре кая область	786	24,5%	2	0	1	1
9	Республика Карелия	143	22,7%	11	6	5	0
10	Амурская область	173	21,4%	4	2	2	0

Таблица 1 - Подходы к определению понятия «моногород»

Высокая доля населения, проживающего в моногородах, характерна также и для другой группы регионов, где количество самих монопрофильных образований сравнительно невелико (2-7 городов на территории субъекта РФ). Среди таких регионов – республики Татарстан и Хакасия, а также Амурская, Архангельская, Вологодская и Самарская области. Высокая доля населения моногородов в этих регионах связана с тем, что на их территории расположены 1-2 крупных города, имеющие статус монопрофильного муниципального образования. В Татарстане это Набережные Челны и Нижнекамск, в Вологодской области – Череповец, в Самарской области – Тольятти. В Республике Хакасия крупнейшим моногородом является Черногорск (74 тыс. чел.), в Архангельской области – Северодвинск (185 тыс. человек), в Амурской области – Белогорск (67 тыс. чел.) и Свободный (54 тыс. чел.).

Ещё в 15 субъектах РФ доля населения, живущего в моногородах, составляет 10-20%. Среди них — Чувашская и Удмуртская республики, Мурманская, Иркутская, Ивановская, Кировская области, Красноярский край и др.

Наименьшая доля населения, проживающего в моногородах (среди субъектов РФ, на территории которых есть хотя бы один моногород), наблюдается в Омской (0,3% населения проживает в моногородах), Новосибирской (1,0% населения), Рязанской областях (1,1% населения).

Большинство моногородов имеет специализацию в металлургии или машиностроении, но «проблемными» чаще становятся моногорода со специализацией в деревообрабатывающей и текстильной промышленности.

Действующий перечень монопрофильных муниципальных образований РФ (№668-р от 16.04.2015) включает 319 моногородов [2], подразделяемых на три категории: города с наиболее сложным социально-экономическим положением (т.н. «красная зона»), города с рисками ухудшения социально-экономического положения («жёлтая зона») и города со стабильной социально-экономической ситуацией» («зелёная зона»). Сопоставление данных о моногородах, их населении и отраслевой специализации (оценивается по основному виду деятельности градообразующего предприятия или группы предприятий, признанных градообразующими) позволяет составить представление о том, на чем специализируется большинство моногородов, и какие связи существуют между отраслевой специализацией и состоянием экономики городов.

Согласно расчётам института комплексных стратегических исследований (далее ИКСИ), наибольшая часть моногородов (84 города из 319, или 26,3%) имеет специализацию в сфере металлургии, включая добычу и обработку металлических руд, цветную и чёрную металлургию, производство редких металлов. Ещё 59 моногородов (18,5%) имеет машиностроительную специализацию – производство транспортных средств, оборудования и др. В целом, в моногородах с металлургической и машиностроительной специализацией проживает около 60% населения моногородов.

Таблица 2 - Распределение количества моногородов и населения моногородов по специализации градообразующих предприятий

Отрасль	Кол-во моногородов	% к итогу	Население моногородов, тыс чел.	% к итогу
Металлургия	84	26,3%	3 948	30,3%
Чер. металлургия	36	11,3%	2 649	20,3%
Цвет, металлургия	24	7,5%	903	6,9%
Добыча мет. руд	13	4,1%	266	2,0%
Пр-ть ред. мет.	11	3,4%	130	1,0%
Машиностроение	59	18,5%	3 812	29,3%
Деревообработка	38	11,9%	644	4,9%
Пр-во немет. прод.	37	11,6%	683	5,2%
Угольная пр.	30	9,4%	1 344	10,3%
Химическая пр.	23	7,2%	1 162	8,9%
Пищевая пр.	17	5,3%	214	1,6%
Текстильная пр.	12	3,8%	193	1,5%
Оборонная пр.	8	2,5%	473	3,6%
Атомная отр.	7	2,2%	415	3,2%
Транспорт	4	1,3%	136	1,0%
ВСЕГО	319	100,0%	13025	100,0%

Среди более «редких» отраслей специализации моногородов — оборонные производства (производство оружия и боеприпасов, спецхимия — в 8 моногородах), атомная отрасль (производство ядерных материалов, атомная энергетика, научные исследования в атомной отрасли — в 7 моногородах) и транспорт (деятельность филиалов РЖД — в 4 моногородах). В общей сложности в моногородах с такой специализацией проживает почти 8% от общей численности населения моногородов.

Только 2 из 11 рассматриваемых отраслевых групп моногородов (см. рисунок 3) характеризуются высокой долей городов со стабильной социально-экономической ситуацией – это монопрофильные образования со специализацией в пищевой промышленности и в атомной отрасли. Например, среди городов с «атомной» специализацией к «зелёной» зоне относятся 71% моногородов, а среди городов со специализацией в пищевой промышленности – 47%. Большинство «благополучных» моногородов со специализацией в пищевой промышленности находятся в ПФО (Нижегородская, Оренбургская, Пензенская области, Республика Мордовия) и ЦФО (Брянская, Липецкая, Тамбовская области). «Стабильные» моногорода со специализацией в атомной промышленности находятся в Челябинской, Томской, Тверской областях (население «стабильных» городов с данными видами специализации составляет 3% от общей численности проживающих в моногородах).

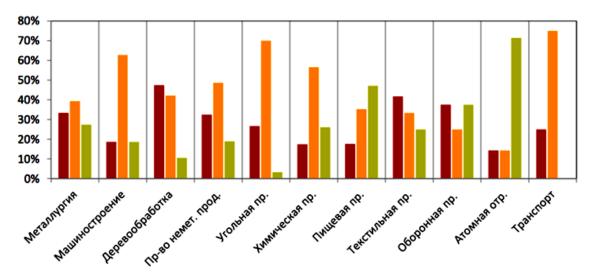


Рис. 3 - Распределение моногородов по специализации градообразующих предприятий и по категориям («красная», «жёлтая» и «зелёная» зоны)

Преобладание стабильных моногородов среди монопрофильных образований с такой специализацией в значительной степени связано со стабильностью спроса на продукцию градообразующих предприятий данных отраслей [12].

Таблица 3 - Описание отраслей специализации градообразующих предприятий в моногородах

Краткое название	Описание
Атомная отрасль	Производство ядерных материалов, атомная энергетика, научные исследования в атомной области
Деревообработка	Лесозаготовительные, лесопильные производства, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная промышленность
Машиностроение	Производство машин, оборудования, транспортных средств, приборостроение, электротехническая промышленность
Добыча мет. руд	Добыча металлических руд
Пр-во неметаллической продукции	Производство стройматериалов, стекольная и керамическая промышленность
Оборонная пр.	Производство оружия и боеприпасов, спецхимия
Пищевая пр.	Производство продуктов питания, напитков, табачных изделий
Пр-во ред. мет.	Производство редких и драгоценных металлов, алмазов
Текстильная пр.	Текстильная и швейная промышленность
Транспорт	Услуги железнодорожного транспорта (организации-филиалы РЖД)
Угольная пр.	Добыча и обогащение угля
Химическая пр.	Химическая промышленность (кроме спецхимии)
Цвет, металлургия	Цветная металлургия
Чёрная металлургия	Чёрная металлургия
Металлургия	Объединены предприятия со специализацией в сфере добычи металлических руд, промышленности редких металлов, чёрной и цветной металлургии

Три отраслевые группы моногородов, где градообразующие предприятия специализируются в деревообрабатывающей, текстильной и оборонной промышленности, выделяются относительно высокой долей городов с наиболее сложным социально-экономическим положением («красная» зона).

Например, среди моногородов со специализацией в сфере деревообработки к «красной» зоне относятся 47%, с текстильной специализацией — 42%. Большинство «проблемных» деревообрабатывающих производств расположены в Республике Карелия, Архангельской и Брянской области, а текстильных — в Ивановской, Владимирской, Ярославской областях. Всего в моногородах с такими «проблемными» производствами проживает 1,9% от общей численности населения моногородов.

К этой категории моногородов близка и такая специфическая отраслевая группа моногородов, как города с «оборонной специализацией» (к этой группе относятся моногорода, где градообразующие предприятия занимаются производством оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ и т.д. в качестве основного вида деятельности). В этой группе моногородов доля городов в «зелёной» и «красной» зоне оказалась одинаковой и составила 38%. Среди «стабильных» градообразующих производств оборонного назначения – производители пороха и взрывчатых веществ в Брянской, Рязанской, Тамбовской областях.

Таким образом, в целом ряд отраслевых групп моногородов относится к территориям с рисками ухудшения социально-экономической ситуации. Это может означать, что в случае неблагоприятных изменений на внешних или внутренних рынках, где работают компании данных отраслей, структура монопрофильных территорий по степени сложности социально-экономической ситуации может резко измениться. При этом стоит учитывать, что доля населения, проживающего в городах данной категории со специализацией в указанных отраслях, составляет 37,5% от общей численности населения моногородов. Такая ситуация накладывает определенный отпечаток на руководство таких городов, а следовательно и степень ответственности за принимаемые решения только увеличивается [5,8].

На уровне Брянской области социально-экономическое положение можно охарактеризовать по объему валового регионального продукта (ВРП), который в 2015 году составил 269,9 млрд. рублей или 101,5 процента в сопоставимых ценах к уровню 2014 года, в 2016 году - 292,9 млрд. рублей (101 процент к уровню 2015 года).

Ведущими видами экономической деятельности в Брянской области являются обрабатывающие производства; оптовая и розничная торговля; сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство; строительство; транспорт и связь, на долю которых приходится около 70 процентов произведённого ВРП [11,15].

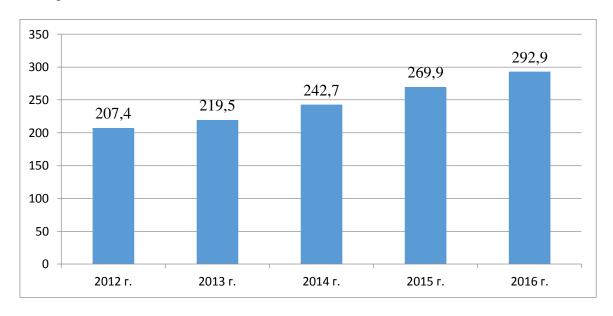


Рис. 4. – Объем ВРП Брянской области, млрд.руб.

Объем и динамика ВРП моногородов Брянской области за 2012-2016 гг. представлены в таблице 4.

Как видно, из представленных в таблице 4 данных, данные по объёму ВРП

моногородов Брянской области весьма дифференцированы. Так, за период 2015-2016 гг. отмечается как рост так и снижение объёма произведённой продукции. Наибольший темп роста ВРП отмечен в г. Фокино, а сокращение – в моногородах Бытошь, Клинцы и Любохна. Сумма ВРП, приходящегося на душу населения колеблется в пределах от 1,49 тыс. руб. в пгт. Бытошь до 7453, 06 тыс. руб. в г. Фокино.

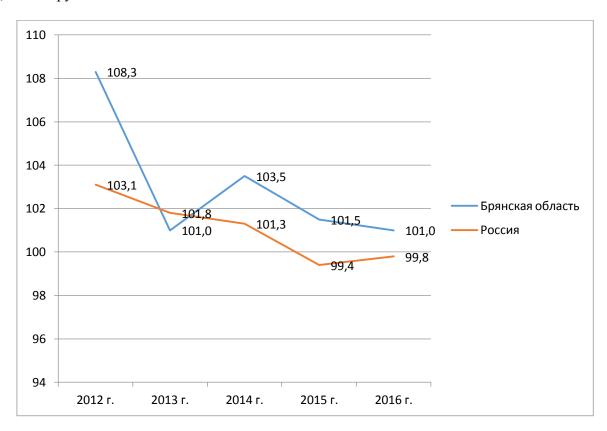


Рис. 5. – Динамика темпов роста ВРП в процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Оценивая важнейшую составляющую экономического потенциала развития моногородов - инновационный потенциал стоит рассмотреть научно- исследовательский сектор региона (таблица 4).

Таблица 4— Основные показатели, характеризующие экономический потенциал моногородов Брянской области за 2015-2016 гг. [15].

	ВРП, тыс. руб.		Абсолютное	Темп роста	ВРП на душу
Моногород	2015 год	2016 год	изменение	ВРП, %	населения,
	2013 ГОД	2010 год	ВРП, тыс. руб.	D1 11, 70	тыс. руб.
Белая Березка	360766,9	476466	115699,1	132,07	79,40
Сураж	2371375	2564884	193509	108,16	229,29
Фокино	10295541	98976583	88681042	961,35	7453,06
Карачев	2707534	5085613	2378079	187,83	198,66
Погар	1555693	1964389	408696	126,27	213,29
Бытошь	10436,6	7559,5	-2877,1	72,43	1,49
Ивот	95439	108900	13461	114,10	14,04
Сельцо	1268551	1556076	287525	122,67	90,79
Клинцы	5622863	5367159	-255704	95,45	77,12

Любохна	443028	35950	-407078	8,11	5,78

Сегодня в регионе насчитывается 18 организаций, способных выполнять научные исследования и разработки, а количество сотрудников, занятых исследованиями, значительно изменилось, а если быть точным, то сократилось почти в 3 раза за последние7 лет. Интерес вызывает то, что в структуре сотрудников в последние годы сокращается удельный вес инженеров-практиков и увеличивается доля исследователей-теоретиков [12].

В соответствии с представленными данными, сегодня в регионе имеется 4 высших учебных заведения, ведущих подготовку аспирантов, число которых в последние годы катастрофически сокращается, что объясняется непопулярностью профессии и низким уровнем заработной платы. Количество аспирантов, защитивших диссертацию по выпуску из аспирантуры не превышает 19% в последние три года, хотя на протяжении предыдущего периода стабильно удерживался на уровне 30%. Удельный вес докторантов, защитивших диссертацию по выпуску из докторантуры, выглядит и того печальнее [12].

Таким образом, можно констатировать, что социально-экономическое положение большинства моногородов России, в том числе и Брянской области, находится в удручающем состоянии. Такими же эпитетами можно охарактеризовать и инновационный потенциал на уровне региона и тем более монопрофильных образований. На сегодняшний день эта проблема требует особого внимания и отдельного рассмотрения.

Список литературы

- 1. Постановление Правительства Российской Федерации от 29 июля 2014 г. № 709 «О критериях отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения»
- 2. Распоряжение Правительства РФ от 16.04.2015 N 668-р «О внесении изменений в перечень монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)», утв. распоряжением Правительства РФ от 29.07.2014 N 1398-р
- 3. Глушак Н.В., Алексеев А.А., Титов А.Б. Ситуационная оценка направлений реализации национального инновационного потенциала. // Вестник ОрелГАУ 2012. Т. 34. N 1. С.166-169
- 4. Глушак Н.В., Алексеев А.А., Титов А.Б. Экономический феномен: инновационное развитие. // Научное обозрение. 2011. № 5. С. 543;
- 5. Глушак Н.В., Глушак О.В. Инновационные методы управления предприятием на принципах контроллинга: Монография. Брянск: Изд-во ООО «Ладомир», 2009. 186 с.;
- 6. Глушак Н.В., Грищенков А.И., Глушак О.В. Разработка методов управления инновациями высокотехнологичного сектора России. Монография. Брянск: Изд-во «Курсив», 2013
- 7. Глушак Н.В., Грищенков А.И. Легченко М.А., Репешко Н.А. Глобальные тренды и факторы инновационного развития. // Экономические науки. 2012. № 91. С. 31-33
- 8. Глушак Н.В., Грищенков А.И., Глушак О.В., Репешко Н.А. Развитие методов управления инновационным процессом промышленных предприятий на основе сетевого подхода: Монография. Брянск: Издательство «Курсив», 2012
- 9. Глушак Н.В., Грищенкова В.П., Репешко Н.А. Научный анализ моделей организации высокотехнологичных инновационных процессов. // Креативная экономика. -2013. -№ 1 (73). С. 35-42.
- 10. Грищенков А.И., Глушак Н.В., Касаткин В.Е. Разработка методики управления инновационными процессами в рамках сетевой экономики: Монография. Брянск: Издательство «Курсив», 2011
 - 11. Кулагина Н.А., Козлова Е.М. Инновационная активность промышленногосектора

экономики: тенденции и проблемы на национальном и региональном уровнях (на примере Брянской области) // Проблемы теории и практики управления . 2015. № 6. С. 68-74

- 12. Михеенко О.В., Глушак Н.В., Глушак О.В. Инновационное развитие Брянской области: проблемы и пути решения. Монография. Брянск: РИО БГУ, 2015.
- 13. Сураева М.О., Титов А.Б. Перспективы инновационного развития и модернизации экономики России. // Вопросы экономики и права. 2013. № 55. С. 97-102
- 14. Nikolay Glushak, Olga Glushak, Zinaida Shuklina and Tatyana Gerashchenkova. Innovative methods of industrial enterprises management based on the universal network model. SHS Web of Conferences 28, 01041 (2016)
 - 15. http://econom32.ru/ Департамент экономического развития Брянской области.

Сведения об авторах

Глушак О.В. – кандидат экономических наук, доцент Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, OWG3@yandex.ru.

Степченко В.Г. – аспирант 4 курса Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, fludex@ya.ru

Григорьева В.П. – магистрант 3-го курса Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, lerik.mur@yandex.ru

UDK 332.1

EVALUATION OF SOCIO-ECONOMIC AND INNOVATIVE POTENTIAL OF SINGLE-INDUSTRY ENTITIES IN RUSSIA AND BRYANSK REGION

O.V. Glushak, V.G. Stepchenko, V.P. Grigor'eva

Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky

The article examines the socio-economic problems of functioning of monoprofile formations of Russia, the approaches to definition of concept «monocity». In addition, an attempt was made to represent the distribution of single-industry towns specialization of the major companies and by categories («red», «yellow» and «green» zones). The analysis of socio-economic status and innovation potential of single-industry towns in Bryansk region. *Key words:* monoprofile formations, mono, socio-economic situation, capacity for innovation.

References

- 1. Postanovlenie Pravitelstva Rossiyskoy Federatsii ot 29 iyulya 2014 g. № 709 «O kriteriyah otneseniya munitsipalnyih obrazovaniy Rossiyskoy Federatsii k monoprofilnyim (monogorodam) i kategoriyah monoprofilnyih munitsipalnyih obrazo-vaniy Rossiyskoy Federatsii (monogorodov) v zavisimosti ot riskov uhudsheniya ih sotsialno-ekonomicheskogo polozheniya»
- 2. Rasporyazhenie Pravitelstva RF ot 16.04.2015 N 668-r «O vnesenii izmeneniy v perechen monoprofilnyih munitsipalnyih obrazovaniy Rossiyskoy Federatsii (monogorodov)», utv. rasporyazheniem Pravitelstva RF ot 29.07.2014 N 1398-r
- 3. Glushak N.V., Alekseev A.A., Titov A.B. Situatsionnaya otsenka napravleniy realizatsii natsionalnogo innovatsionnogo potentsiala. // Vestnik OrelGAU − 2012. T. 34. № 1. S.166-169
- 4. Glushak N.V., Alekseev A.A., Titov A.B. Ekonomicheskiy fenomen: innovatsi-onnoe razvitie. // Nauchnoe obozrenie. 2011. № 5. S. 543;

- 5. Glushak N.V., Glushak O.V. Innovatsionnyie metodyi upravleniya predpriyatiem na printsipah kontrollinga: Monografiya. Bryansk: Izd-vo OOO «Ladomir», 2009. 186 s.;
- 6. Glushak N.V., Grischenkov A.I., Glushak O.V. Razrabotka metodov upravleniya innovatsiyami vyisokotehnologichnogo sektora Rossii. Monografiya. Bryansk: Izd-vo «Kursiv», 2013
- 7. Glushak N.V., Grischenkov A.I. Legchenko M.A., Repeshko N.A. Globalnyie tren-dyi i faktoryi innovatsionnogo razvitiya. // Ekonomicheskie nauki. − 2012. № 91. S. 31-33
- 8. Glushak N.V., Grischenkov A.I., Glushak O.V., Repeshko N.A. Razvitie metodov upravleniya innovatsionnyim protsessom promyishlennyih predpriyatiy na osnove setevogo podhoda: Monografiya. Bryansk: Izdatelstvo «Kursiv», 2012
- 9. Glushak N.V., Grischenkova V.P., Repeshko N.A. Nauchnyiy analiz modeley organizatsii vyisokotehnologichnyih innovatsionnyih protsessov. // Kreativnaya ekonomika. − 2013. − № 1 (73). S. 35-42.
- 10. Grischenkov A.I., Glushak N.V., Kasatkin V.E. Razrabotka metodiki upravleniya innovatsionnyimi protsessami v ramkah setevoy ekonomiki: Monografiya. Bryansk: Izda-telstvo «Kursiv», 2011
- 11. Kulagina N.A., Kozlova E.M. Innovatsionnaya aktivnost promyishlennogosek-tora ekonomiki: tendentsii i problemyi na natsionalnom i regionalnom urovnyah (na primere Bryanskoy oblasti) // Problemyi teorii i praktiki upravleniya . 2015. № 6. S. 68-74
- 12. Miheenko O.V., Glushak N.V., Glushak O.V. Innovatsionnoe razvitie Bryanskoy oblasti: problemyi i puti resheniya. Monografiya. Bryansk: RIO BGU, 2015.
- 13. Suraeva M.O., Titov A.B. Perspektivyi innovatsionnogo razvitiya i modernizatsii ekonomiki Rossii. // Voprosyi ekonomiki i prava. 2013. № 55. S. 97-102
- 14. Nikolay Glushak, Olga Glushak, Zinaida Shuklina and Tatyana Gerashchenkova. Innovative methods of industrial enterprises management based on the universal network model. SHS Web of Conferences 28, 01041 (2016)
 - 15. http://econom32.ru/ Departament ekonomicheskogo razvitiya Bryanskoy oblasti.

Author's information

Glushak O.V. – candidate of economic Sciences, associate Professor, Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky, OWG3@yandex.ru.

Stepchenko V.G. - postgraduate student of the 4th course Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky, fludex@ya.ru

Grigorieva V.P. – the 3d year student, Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky, lerik.mur@yandex.ru

УДК 331.104.2

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ

В.А. Горбатова

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

А.А. Гордеев, И.А. Самойлова

Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана

В данной статье проанализированы результаты проведенного в 2017 году опроса респондентов – представителей четырех крупных сетей розничной торговли. Оценивались традиционные методы и инновации в управлении персоналом. Проведена количественная оценка инноваций и связь с конкурентоспособностью компаний. Ключевые слова: персонал, инновации, менеджмент, экономика

Наличие высокого уровня конкуренции в сфере розничной торговли выдвигает особые требования к управлению персоналом. Это определяется тем, что эффективность деятельности сотрудника в этой сфере во многом зависит от его личностных качеств. Кроме того, множество личностных качеств одновременно являются и профессионально значимыми качествами сотрудника организации данной сферы, наличие которых является обязательным условием ее успешности [1].

В апреле-мае 2017 года автором было проведено исследование, главной гипотезой которого было предположение о том, что классические подходы к управлению персоналом не являются в настоящее время эффективными и требуют инновационных изменений.

Оценка системы управления персоналом проводилась посредством анонимного опроса групп продавцов-консультантов, работающих в крупных розничных сетях.

Было создано четыре экспертные группы, представляющие различные сегменты розничной торговли. Каждая группа состояла из 30 человек – продавцов-консультантов компании.

Большинство респондентов — это женщины, в возрасте от 18 до 30 лет с неоконченным высшим образованием, занимающие рабочую должность менее одного года в компании, имеющие общий трудовой стаж от 5 до 10 лет и проживающие в городе Москве.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие исследовательские выводы: респондентам нравится сфера, в которой они работают, но классические подходы управления персоналом для данной сферы не являются актуальными. С целью выявления новых подходов к управлению персоналом был проведен SWOT-анализ, результаты которого отражены в Таблице 1.

Таблица 1 - SWOT-анализ системы управления персоналом, распространенной на предприятиях розничной торговли

Возможности О	Угрозы Т
создание системы управления персоналом при	снижение престижности сферы розничной торговли;
использовании инновационных подходов.	дальнейший рост текучести кадров в сфере торговли;
	снижение производительности труда.
Сильные стороны S	Слабые стороны W
желание сотрудников работать в данной	отсутствие поддержки от топ-менеджмента;
сфере;	отсутствие удовлетворения у сотрудников при выполнении
слабое воздействие на сотрудников	своих должностных обязанностей;
экономических методов.	отсутствие ощущения значимости у сотрудников;
	неблагоприятный морально-психологический климат в
	коллективе;
	неактуальность использования классических подходов при
	управлении персоналом.

При оценке актуальности использования современных подходов к управлению персоналом в сфере розничной торговли необходимо определить их влияние на выявленные в ходе проведенного исследования слабые стороны и угрозы [2]. В Таблице 2 показано возможное влияние современных инновационных подходов, минимизирующих выявленные в ходе анализа слабые стороны и угрозы.

Таблица 2 - Выявление современных подходов, оказывающих влияние на слабые стороны и угрозы, выявленные в ходе анализа

Выявленные недостатки (слабые стороны и угрозы) Использование IT	сферы розничной топговия	Дал теку сф	снижение Снижение производительности том	От поддеј мен	y, c(Bbi	Отсутствие ощущения значимости у	Неблагоприятный морально- психологический климат в коллективе	Рейтинг
Электронный документооборот	_	_	X	_	_	_	-	1/7
Автоматизация процесса подбора персонала	-	-	-	-	-	-	-	0/7
Виртуальный ассессмент	-	-	-	-	-	-	-	0/7
Электронная база знаний	-	-	X	-	-	Х	-	2/7
Электронная корпоративная газета	-	-	X	-	-	Х	Х	3/7
Блог генерального директора	-	-	-	-	-	Х	-	1/7
Автоматизация адаптации новых			***					
сотрудников	X	X	X	X	-	X	X	6/7
Автоматизация управления по целям	Х	X	X	-	Х	Х	X	6/7
Учет рабочего времени	-	X	X	-	_	-	-	2/7
	ции в обл			ерсонала	1	I		
Разработка моделей компетенций	X	X	_	X	Х	X	_	5/7
Ведение базы компетенций сотрудников	Х	X	X	X	Х	Х	_	6/7
Внедрение ассессмент-центров для оценки кандидатов	X	-	X	X	X	X	-	5/7
Разработка и внедрение системы оценки и обучения персонала по профилям деятельности	X	х	X	-	X	X	-	5/7
Проведение интеграции оценки персонала с мотивацией	х	х	X	Х	X	х	х	7/7
Оценка результативности	X	X	X	X	X	X	-	6/7
Инноваці	ии в сист	еме моти	вации	персона	ла			
Программа удержания ключевых сотрудников	Х	Х	X	х	X	х	х	7/7
Мотивация командных достижений	X	X	X	X	X	X	X	7/7
Социальная карта сотрудника	X	X	X	X	X	X	X	7/7
Инновац	ии в обла	асти обуч	нения і	персонал	ıa			
Виртуальная школа	X	-	X	X	X	X	-	5/7
Корпоративный университет	X	X	X	X	X	X	-	6/7
Клубное развитие	X	X	X	X	X	X	X	7/7
Инновации в сфере работы с талантами								
Ассессмент-центр	-	X	X	X	X	X	-	5/7
Составление планов индивидуального развития сотрудников	х	х	Х	х	х	х	х	7/7
Тренинги	X	X	X	X	X	X	_	6/7
Другие направления инноваций в сфере управления персоналом								
Формирование и развитие НК-бренда	Х	Х	- J-1	-	Х	-	_	3/7
Адаптация персонала	-	X	X	X	-	X	-	4/7
Апгрейд системы управления эффективностью	-	-	X	-	X	x	-	3/7
Программа «признания»	X	X	X	X	X	X	X	7/7
Tro-paining (hipitolighillin)		41	41	41	-11		- 1	,,,

Кадровое планирование	X	X	X	-	-	-	-	3/7
Интегральная спиральная динамика	X	X	-	-	ı	=.	=	2/7
Увеличение инициатив	X	X	-	X	X	X	-	5/7
Lean-методология	1	-	-	1	ı	-	-	0/7
Различные программы кадрового резерва	X	X	-	X	X	X	X	6/7
Оптимизация штатной численности	1	-	-	1	ı	-	-	0/7
Целеполагание и управлению эффективностью	X	X	X	ı	X	x	1	5/7
Построение компании по новой бизнесмодели	X	-	-	ı	ı	-	X	2/7
Функциональная стратегия отдела на основе корпоративной стратегии компании	X	-	-	-	-	-	X	2/7

Результирующий рейтинг влияния той или иной инновации отражает степень возможных изменений в вопросах повышения эффективности работы персонала.

Тем самым, был выявлен список наиболее влиятельных инноваций:

- 1. Проведение интеграции оценки персонала с мотивацией;
- 2. Программа удержания ключевых сотрудников;
- 3. Мотивация командных достижений;
- 4. Социальная карта сотрудника;
- 5. Клубное развитие;
- 6. Составление планов индивидуального развития сотрудников;
- 7. Программа «признания».

Далее была проведена количественная оценки инноваций (при помощи оценок показателей конкурентоспособности торговых предприятий и матрицы инноваций).

По результатам данного анализа был получен условный и безусловный индекс влияния инноваций в системе управления персоналом на конкурентоспособность торговых предприятий (Таблица 3).

Таблица 3 – Оценка инноваций в области управления персоналом по отношению к конкурентоспособности торговой компании

№ п/п	Инновация	Условный индекс (% увеличения конкурентоспособности)	Безусловный индекс (оценка инновации)
1	Проведение интеграции оценки персонала с мотивацией	112	0,62 – улучшающая инновация
2	Программа удержания ключевых сотрудников	146	0,81 – базисная инновация
3	Мотивация командных достижений	103	0,57 – улучшающая инновация
4	Социальная карта сотрудника	19	0,10 - рационализирующая инновация (псевдоинновация)
5	Клубное развитие	53	0,29 - рационализирующая инновация (псевдоинновация)
6	Составление планов индивидуального развития сотрудников	71	0,40 – улучшающая инновация
7	Программа «признания»	63	0,35 - рационализирующая инновация (псевдоинновация)

Исходя из полученных данных, можно сказать, что наиболее эффективными с точки влияния как на саму систему управления персоналом, так и на конкурентоспособность торговых организаций будут следующие типы инноваций:

- базисные инновации: внедрение программы удержания ключевых сотрудников (увеличение конкурентоспособности компании на 146%);
 - улучшающие инновации: проведение интеграции оценки персонала с мотивацией

(увеличение конкурентоспособности компании на 112%), создание системы мотивации командных достижений (увеличение конкурентоспособности компании на 103%) и внедрение системы составления планов индивидуального развития сотрудников (увеличение конкурентоспособности компании на 71%).

На основе проведенного исследования, рекомендуемыми инновациями применительно к сфере розничной торговли будет являться система управления персоналом, включающая четыре выделенных направления. Данная система будет как устранять выявленные недостатки в существующей системе управления персоналом розничных компаний, так и оказывать влияние на конкурентоспособность данных компаний в целом.

Также практический представляет интерес вопрос о стоимостном выражении процесса внедрения указанных инноваций и об их объеме. Т.е. фактически может ставиться задача поиска совокупности наиболее эффективных инноваций в наиболее привлекательном формате, проводимых в рамках выделяемого бюджета, что с точки зрения математического моделирования представляет собой классическую задачу линейного программирования. Ряд исследователей говорят также о том, что дальнейшее развитие этого подхода состоит в уходе от чисто бюджетных ограничений в сторону теоретико-игровых моделей, когда каждая инновация «одушевляется» и ей присваивается роль активного игрока, что позволяет рассматривать задачу поиска оптимальной стратегии с точки зрения теории игр [3].

Список литературы

- 1. Стаут Л.В. Управление: настольная книга менеджера: лучшие технологии кадровой работы / Л.В. Стаут. М.: Издательство «Добрая книга», 2014.
 - 2. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент. Учебник. М.: Юнити, 2015.
- 3. Самолдин А.Н. Теоретико-игровой подход к маркетингу инноваций / Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки, 2016 №3.

Сведения об авторах

Горбатова В.А. – студентка магистратуры Московского государственного университета М.В. Ломоносова, экономический факультет.

Гордеев А.А. – студент магистратуры Московского государственного технического университета Н.Э. Баумана, факультет ИБМ.

Самойлова И.А. – старший преподаватель Московского государственного технического университета Н.Э. Баумана.

UDK 331.104.2

ESTIMATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF MODERN APPROACHES TO PERSONNEL MANAGEMENT

V.A. Gorbatova

Lomonosov Moscow state university

A.A. Gordeev, I.A. Samoilova

Bauman Moscow state technical university

This article analyzes the results of a survey conducted in 2017 of respondents - representatives of four large retail chains. Traditional methods and innovations in personnel management were evaluated. A quantitative assessment of

innovation and a link to the competitiveness of companies. *Keywords:* personal, innovations, management, economic

References

- 1. Staut L.V. Upravlenie: nastol'naya kniga menedzhera: luchshie tekhnologii kadro-voj raboty / L.V. Staut. M.: Izdatel'stvo «Dobraya kniga», 2014.
 - 2. Il'enkova S.D. Innovacionnyj menedzhment. Uchebnik. M.: YUniti, 2015.
- 3. Samoldin A.N. Teoretiko-igrovoj podhod k marketingu innovacij / Vestnik PNIPU. Social'no-ehkonomicheskie nauki, 2016 №3.

Author's information

Gorbatova V.A. – student of the Lomonosov State University. Gordeev A.A. – student of the Bauman Moscow State Technical University . Samoilova I.A. – lecturer of the Bauman Moscow State Technical University. УДК 316

РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Д.И. Крисанова

Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского

В статье рассматривается механизм реализации государственной молодежной политики на региональном уровне, анализируются основные проблемы молодежи и предлагаются пути их решения. *Ключевые слова:* управление, региональное управление, молодежная политика, государственная молодежная политика.

В условиях инновационного развития общества и возрастающего темпа инновационных изменений конкурентоспособность Брянской области определяется наличием качественного человеческого капитала. В данном контексте молодежь — значимый общественный ресурс с огромным потенциалом; это социальный слой общества, который является социально-культурным, производственным, экономическим и духовным сектором, аккумулирующим в себе безграничные возможности и способным оказывать влияние на позитивное развитие региона.

Анализ российских диссертационных исследований последних лет, посвященных изучению региональных моделей государственной молодежной политики (далее - ГМП) (Смирнов В.А., Ховрин А.Ю., Гущин О.В., Рожнов О.А., Бурханова Н.А., Попович Д.А.) показал, что в качестве основных подходов к её реализации выступают субъект — объектный либо субъект — субъектный подходы.

«Категории «субъект» и «объект» в домарксовской философии рассматривались главным образом в связи с познанием. К.Маркс и Ф.Энгельс впервые дали научную трактовку проблемы деятельности, а вместе с ней соотношения субъекта и объекта» [1].

Сначала определим основные понятия. Субъект в самом широком смысле понимается как некто, «который в процессе конкретного взаимодействия выступает в роли воздействующей стороны и выполняет функции инициатора, систематизатора и регулятора всех изменений» [1].

Доктор философских наук Граждан В.Д. в качестве основных особенностей субъекта выделяет следующие: «Во-первых, субъект всегда выступает в качестве зачинателя, инициатора взаимодействия. Во-вторых, субъект определяет системный характер взаимодействия и характер связи между ними... каков субъект, таково и порождаемое им взаимодействие. Способность создавать систему — главное свойство всякого субъекта... В третьих, важнейшей особенностью является то, что он проявляет себя как регулятор взаимодействия с объектом. Субъект обычно не только начинает взаимодействие, формирует его систему, но и управляет этим взаимодействием, задает определенные параметры, поддерживает это взаимодействие до некоторого допустимого предела... Именно специфика субъекта определяет в основном содержание тех изменений, которые происходят в объекте» [1].

«Категория «объект» некоторыми авторами характеризуется как «окружающий мир человека», все то, что может активно переделываться в процессе человеческой деятельности» [1]. В качестве примера можно привести высказывания М.С. Кагана: «Объектом может быть природный предмет, тот или иной социальный институт, сам человек» [2].

Под объектом мы будем понимать то что или того кто «в процессе конкретного взаимодействия выступает в роли воспринимающей стороны и образует некий субстрат (основу) данного взаимодействия» [1].

Объекту свойственны свои особенности. «Прежде всего, он выступает, как менее

инициативная сторона по отношению к субъекту... инициативы объекта в процессе взаимодействия трансформируются соответствующим образом субъектом. В результате некоторые из них начисто подавляются, а некоторые нейтрализуются... Дальше объект менее влиятелен в системообразующей деятельности... Наконец для объекта свойственна и менее выраженная способность регулирования взаимодействия... Попытки объекта внести коррективы также в значительной мере подавляются или нейтрализуются субъектом» [1].

Правительством Брянской области разработана государственная программа Брянской области «Молодежь Брянщины» на 2017–2019 годы (далее – Государственная программа), которая ориентирована на молодых граждан в возрасте от 14 до 30 лет и является комплексом мер по созданию реды для эффективной реализаций потенциала молодежи в рамках позитивного развития Брянской области.

Формирование такой среды неразрывно связано с необходимостью наличия единого идеологического вектора; единым предметом и объектом молодежной политики (молодые люди от 14 до 30 лет, молодежные объединения и организации); единством целей и задач, ориентированных на достижение позитивного социального эффекта; общностью инструментария и функционала в рамках реализации молодежной политики; наличием общих законов в молодежной среде.

Общий анализ проблем молодежи свидетельствует о низком уровне ее вовлеченности в активную общественную жизнь региона. Отчуждение молодежи от процесса участия во всех сферах жизни затрудняет ее интеграцию в общество. Неудачи в социальной адаптации и отчуждение молодежи от общества и государства могут проявляться в молодежной преступности, наркомании, алкоголизме, бездомности, замедлении развития различных областей экономики и производства. В свою очередь это влечет за собой кризис самореализации, кризис адаптации и социализации, кризис доверия по отношению к официальным управленческим структурам.

Учитывая современные внешнеполитические условия, а также геополитическое положение Брянской области, приоритетной задачей региона должно являться обеспечение национальной безопасности, предотвращение межконфессиональных и межнациональных конфликтов, обеспечение единства и гражданской ответственности населения. Базисом для этого служит эффективная государственная молодежная политика.

Особого внимания требует и демографическая ситуация, в том числе сокращение трудового ресурса региона. Так с 2014 по 2016 годы численность трудоспособного населения Брянской области сократилась на 87 703 чел., а численность населения моложе трудоспособного возраста сократилась на 21 711 чел. В свою очередь доля населения старше трудоспособного возраста с 2014 года имеет повышательный тренд и на 2016 год составляет 26% (320 151 чел.) по отношению к общей численности населения Брянской области. Таким образом, учитывая сохраняющуюся естественную убыль населения (на 2016 год - 6033 чел.), следует отметить, что снижение коэффициента демографической нагрузки (отношение суммы числа детей и лиц пенсионного возраста к численности населения трудоспособного возраста) вызвано, прежде всего, сокращением трудового потенциала Брянской области. В связи с этим существует важная задача, связанная не только с улучшением демографического климата в регионе, но и с повышением качества и эффективности молодежи, как трудового ресурса Брянской области [6].

Общий уровень безработицы среди молодежи до 25 лет на 2015 год в России составил 23,7% от общей численности населения. Одними из основных причин роста безработицы в молодежной среде являются отсутствие или снижение у молодых специалистов профессиональных навыков, по изучаемой ранее профессии; несоответствие требованием работодателя ошибочный выбор профессии, специальности. В этой связи особую актуальность в области реализации государственной молодежной политики приобретает выстраивание системы надпрофессионального образования. Формирование надпрофессиональных компетенций у молодых людей предполагает развитие личностных качеств молодого человека: активности, самостоятельности, результативности, умения

работы в команде, эффективного сотрудничества, обновления знаний. Такие компетенции обеспечат возможность безболезненной переквалификации молодежи и позволят создать благоприятные условия для ее социализации.

Решение обозначенных проблем во многом зависит от нормативного правого регулирования.

В связи с этим существует острая необходимость формирования рабочего инструментария и комплекса мер, направленного на культивирование условий для социального становления самореализации молодежи, исходя ИЗ принципов И общественных стимулирования молодежных инициатив. Другими словами основополагающей целью в реализации государственной молодежной политики (в том числе и на региональном уровне) является создание среды, которая выступает катализатором инициатив молодых людей в рамках общенациональных и общерегиональных задач.

Реализация мероприятий Государственной программы позволит выйти качественный уровень общественной организации молодежных инициатив, обусловит создание необходимых гражданских институтов в молодежной среде, повысив уровень активности молодежи. Наличие единого вектора гражданско-патриотического воспитания, а также эффективного блока реализации молодежной политики максимально активизирует инициативы молодых ребят в интересах региона, страны, позволив сформировать крепкую основу для реализации проектов регионального и федерального значения в лице образованных, квалифицированных молодых специалистов. Активное включение молодежи в решение актуальных задач Брянской области будет способствовать формированию единого общественного и культурного пространства региона, определит его самоидентификацию в условиях внешних вызовов. Межведомственный подход в реализации государственной молодежной политики обеспечит интегративный эффект в развитии всех общественных систем региона, который обусловит формирования устойчивой системы национальной безопасности Брянской области [4].

Основной целью Государственной программы является реализация комплекса мер по созданию среды для эффективной реализаций потенциала молодежи в рамках позитивного развития Брянской области.

Для достижения цели Государственной программы реализуются следующие базовые задачи: в рамках основных блоков молодежной политики. Под блоком молодежной политики понимается совокупность однородных направлений в области государственного и общественного проектирования, которая рассматривается как подсистема молодежной политики, обладающая единством целей и задач, общностью инструментария и функционала примирительной к одной целевой аудитории.

Реализация государственной молодежной политики на территории Брянской области предполагает осуществление мероприятий по следующим блокам:

- 1) Блок «Инфраструктура». Цель блока: создание управляемой эффективной системы обеспечения реализации молодежной политики на территории Брянской области.
- 2) Блок «Гражданское общество». Цель блока: формирование самобытной культуры молодежи, регулирующей процесс воспроизводства морально-этических норм,

рациональных жизненных принципов, являющихся базисом гражданского общества.

- 3) Блок «Духовно-нравственное и патриотическое воспитание». Цель блока: формирование патриотического сознания детей и молодежи, развитие чувства любви и верности своей Родине, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов своей страны.
- 4) Блок «Информационное пространство». Цель блока: формирование единого информационного пространства благоприятного для развития молодежи Брянской области.
- 5) Блок «Молодежное самоуправление». Цель блока: развитие моделей молодежного самоуправления и самоорганизации.
- 6) Блок «Молодая наука и инновации». Цель блока: популяризация научной деятельности, содействие в реализации потенциала молодежи в сфере научных разработок, а

также создание среды для развития малого инновационного предпринимательства на базе научных разработок молодых ученых.

- 7) Блок «Молодежное предпринимательство». Цель блока: популяризация молодежного предпринимательства как перспективного вида деятельности в молодежной среде.
- 8) Блок «Творческий потенциал». Цель блока: формирование особого подхода к развитию творческого потенциала молодежи с обеспечением условий для выявления и развития ее способностей и талантов.
- 9) Блок «Здоровье и спорт». Описание блока: формирование у молодежи ценностей здорового образа жизни.
- 10) Блок «Международное сотрудничество». Цель блока: развитие международного сотрудничества в сфере реализации государственной молодежной политики на территории Брянской области.
- 11) Блок «Волонтерство и добровольчество». Цель блока: формирование системы поддержки молодежной добровольческой (волонтерской) деятельности.
- 12) Блок «Социализация и занятость молодежи» цель блока: обеспечение условий и реализация мер по социальной адаптации и занятости молодежи.
- 13) Блок «Надпрофессиональное образование молодежи». Цель блока: развитие системы надпрофессионального образования молодежи Брянской области.
- 14) Блок «Работающая молодежь». Цель блока: выявление актуальных проблем работающей молодежи, развитие форм ее самоорганизации.

Для более эффективного управления молодежной политикой на уровне региона нами предлагается разработать Концепцию поддержки работающей молодежи Брянской области (далее - Концепция) по сути представляет собой региональную модель государственной молодежной политики в отношении работающей молодежи и определяет «основные понятия, цель, принципы, приоритетные направления, этапы и механизмы государственной поддержки социальных процессов, обуславливающих развитие работающей молодежи как субъекта позитивного и инновационного социального действия» [3].

- В данной модели «под работающей молодежью понимается социальнодемографическая группа в возрасте от 14 до 30 лет, вступившая в формально-оформленные трудовые отношения с работодателем (заключившая трудовой договор). Такой подход в отношении работающей молодежи определяет:
- 1). Наличие у работающей молодежи черт молодежности, характеризующихся, прежде всего, неустойчивостью социальных установок и их сильной зависимостью от внешних воздействий;
- 2). Ориентированность работающей молодежи на развитие своей социальной субъектности в процессе конкретных социальных действий, направленных на достижение своих социальных целей;
- 3). Приоритетность у работающей молодежи в качестве социального действия)профессионально-трудовой деятельности, рассматриваемой этой группой молодежи в качестве основного средства достижения своих социальных целей» [6].

Одновременно с этим, несмотря на уникальность и продолжительность существования данной Концепции, стоит отметить отрицательные тенденции среди работающей молодежи по трем основным направлениям: продолжительность жизни и здоровье, образование, уровень жизни.

В изучаемой нами модели ГМП, речь идет о многосубъектном управлении молодежной политикой. «Его субъектами выступают государственные, муниципальные органы и общественные организации» [7], а также предприятия и организации любых форм собственности и сама молодежь, что свидетельствует об общественно-государственном характере управления молодежной политикой поддержки работающей молодежи.

Структурно в региональной модели ГМП поддержки работающей молодежи, следует выделить как элементы, с одной стороны, работающую молодежь региона (управляемый

субъект или объект), с другой – государственные и муниципальные органы, политические и общественные организации и экономические субъекты всех форм собственности, оказывающие воздействие на социальное состояние работающей молодежи региона (управляющие субъекты) [8].

Управляющие субъекты регионального и муниципального уровней являются управляемыми по отношению к субъектам государственного уровня, в связи, с чем сделаем акцент на деятельность субъекта государственного управления, исходя из особенностей субъектной позиции, предложенной Гражданом В.Д.

Участие молодого человека в социально-экономических процессах - это, прежде всего, способ удовлетворить свои личные, жизненные потребности, такие, как материальные, создание семьи и воспитание детей, создание для себя необходимых бытовых и жилищных условий, наличие минимальных социальных и экономических гарантий для себя и своей семьи. Таким образом, труд выступает как условие и средство социального развития молодежи» [3].

Субъект государственного управления выступил инициатором взаимодействия с работающей молодежью по социально-экономическому развитию региона и предложил в качестве основной парадигмы для взаимодействия ресурсно-ориентированный подход, где «молодежь рассматривается как ресурс реализации каких-либо экономических и политических решений, проектов, программ.

В качестве системы взаимодействия предложена «совокупность последовательных действий, направленных на трудовое воспитание молодежи...» со стороны субъекта, и молодежи в рамках включения в процесс социально-экономических возможность преобразований через труд удовлетворить свои личные, жизненные потребности. взаимодействия одной Регулятором данного является c стороны действующее законодательство, с другой существующие общественные правила и нормы взаимодействия общественных субъектов.

Можно предположить, что в рамках данной модели с одной стороны работающая молодежь выступает как объект управленческого воздействия с целью формирования определенного социального (поколенческого) лица, востребованного обществом для удовлетворения своих задач и интересов. Исходя из этого, на молодежь, как на объект, возлагаются две основные функции: функция обучения и воспитательная функция. А с другой стороны возможность через труд и проявление инициатив, в дальнейшем выйти в субъектную позицию в рамках данного взаимодействия. Исходя из этого, на молодежь как субъекта возлагаются три основные функции: воспроизводство, транслирующая или трансляционная, инновационная [5].

Качественный и количественный анализ текста Концепции поддержки работающей молодежи Брянской области на период до 2020 года, позволили нам подтвердить предположение об объективированном отношении к молодежи и необходимости исполнения ею функций как объекта общественных отношений, одновременно с этим, в качестве субъектной позиции молодёжи акцент для неё сделан на исполнении функции воспроизводства, прежде всего, демографического, и однократно упомянута функция инновационная, причем в производственной технологической сфере, исходя из промышленных особенностей региона.

В связи с чем, предлагается пересмотреть подход в рамках реализуемой модели ГМП поддержки работающей молодежи, где сделать акцент на формировании субъектной социальной, экономической, политической позиции работающей молодежи основанием которой явится формирование её способностей к адекватному самоопределению, способностей к самостоятельному принятию решений, и целеполаганию, самокритике, самоорганизации, саморефлексии, социальному лидерству.

Список литературы

- 1. Граждан, В.Д. Социология управления: учебник [Текст] / В.Д. Граждан. 2-е изд., перераб. М.: КНОРУС, 2009. 512 с.
- 2. Гущин, О.В. Региональная модель государственной молодёжной политики: опыт социологического анализа: дис.канд.соц.наук [Текст] / О.В. Гущин. Екатеринбург, 2007. 345 с.
- 3. Зборовский, Г.Е. Социология управления: учебное пособие для вузов [Текст] / Г.Е. Зборовский, Н.Б. Костина. Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, 2003. 238 с.
- 4. Каган, М.С. Человеческая деятельность (опыт системного анализа) [Текст] / М.С. Каган. М.: Политиздат, 1974. 328 с.
- 5. Матяш, Н.В. Психолого-педагогические барьеры в обучении школьников проектной деятельности как дидактическая проблема [Текст] / Н.В. Матяш, В.В. Фещенко // Школа и производство. 2007. N 2007.
- 6. Тачкова, И.А. Институциональная экономика : учебное пособие [Текст] / И.А. Тачкова. Брянск: РИО БГУ, 2016.-160 с.
- 7. Фещенко, В.В. Кластерный подход в развитии инновационного потенциала малого бизнеса Брянской области [Текст] / Фещенко В.В. // В сборнике: Инновационное развитие Российской экономики IX / Международная научно-практическая конференция. Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова; Российский гуманитарный научный фонд. 2016. С. 130-133.
- 8. Фещенко, В.В. Методологические основы социально-экономической эффективности регионального развития [Текст] / В.В. Фещенко, И.А. Тачкова, Р.О. Черваков // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-4 (85-4). С. 365-372.

Сведенья об авторах

Крисанова Дарья Игоревна - магистр 3 курса заочной формы обучения направления подготовки 38.04.01 Экономика Брянского государственного университета имени академика И.Г.Петровского, тел. 8 915-532-53-40, crisanova@mail.ru.

UDK 316

IMPLEMENTATION OF STATE YOUTH POLICY IN THE BRYANSK REGION

D.I. Krisanova

Federal state budgetary educational institution of higher education «Bryansk state University named after Acad. I. G. Petrovsky»

In article the mechanism of realization of the state youth policy at the regional level, analyzes the main problems of young people and suggests ways of solving them.

Keywords: management, regional management, youth policy, state youth policy.

References

- 1. Grazhdan, V.D. Sotsiologiya upravleniya: uchebnik [Tekst] / V.D. Grazhdan. 2-e izd., pererab. M.: KNORUS, 2009. 512 s.
 - 2. Guschin, O.V. Regionalnaya model gosudarstvennoy molodYozhnoy politiki: opyit

sotsiologicheskogo analiza: dis.kand.sots.nauk [Tekst] / O.V. Guschin. - Ekaterinburg, 2007. – 345 s.

- 3. Zborovskiy, G.E. Sotsiologiya upravleniya: uchebnoe posobie dlya vuzov [Tekst] / G.E. Zborovskiy, N.B. Kostina. Ekaterinburg: Izd-vo Gumanitarnogo universiteta, 2003. 238 s.
- 4. Kagan, M.S. Chelovecheskaya deyatelnost (opyit sistemnogo analiza) [Tekst] / M.S. Kagan. M.: Politizdat, 1974. 328 s.
- 5. Matyash, N.V. Psihologo-pedagogicheskie bareryi v obuchenii shkolnikov proektnoy deyatelnosti kak didakticheskaya problema [Tekst] / N.V. Matyash, V.V. Feschenko // Shkola i proizvodstvo. 2007. № 7. S. 3.
- 6. Tachkova, I.A. Institutsionalnaya ekonomika : uchebnoe posobie [Tekst] / I.A. Tachkova. Bryansk: RIO BGU, 2016. 160 s.
- 7. Feschenko, V.V. Klasternyiy podhod v razvitii innovatsionnogo potentsiala malogo biznesa Bryanskoy oblasti [Tekst] / Feschenko V.V. // V sbornike: Innovatsionnoe razvitie Rossiyskoy ekonomiki IX / Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya. Rossiyskiy ekonomicheskiy universitet imeni G.V. Plehanova; Rossiyskiy gumanitarnyiy nauchnyiy fond. 2016. S. 130-133.
- 8. Feschenko, V.V. Metodologicheskie osnovyi sotsialno-ekonomicheskoy effektivnosti regionalnogo razvitiya [Tekst] / V.V. Feschenko, I.A. Tachkova, R.O. Chervakov // Ekonomika i predprinimatelstvo. 2017. №8-4 (85-4). S. 365-372.

Authors' information

Krisanova Darya Igorevna – the 3rd year undergraduate, training program 38.04.01 Economics profile Economics and regional management at Federal state budgetary educational institution of higher education «Bryansk state University named after Acad. I.G. Petrovsky» ph. 8 915-532-53-40, crisanova@mail.ru.

УДК 658.8

СТРУКТУРНО-ЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ АПК

С.Ю. Мычка, М.А. Шаталов

Воронежский экономико-правовой институт

В статье обосновывается модель стратегии реализации маркетингового инструментария вертикальноинтегрированной структур АПК, как фактора обеспечения их устойчивого развития. *Ключевые слова:* АПК, вертикально-интегрированная структура, маркетинговый инструментарий, стратегия.

Формирование дальновидных приоритетов маркетингового планирования современных предприятий интегрированных структур требует разработки стратегических подходов к реализации маркетинговых инструментов. Стратегический маркетинг охватывает ключевые параметры управления конкурентными принципами предприятия в рыночной среде, в основе которых лежит комплексный анализ маркетинговой среды, определение миссии и целей перспективного функционирования предприятия и, наконец, формирование рациональной маркетинговой стратегии с ориентацией на показатели планирования и прогнозирования развития предприятия.

Отсюда, важной задачей стратегически ориентированного маркетингового планирования является моделирование будущей успешной деятельности предприятия и обеспечения своевременной и адекватной реакции на изменение рыночных условий, комплексное научное обоснование проблем, с которыми столкнется предприятие, разработка показателей его развития.

Разработка маркетинговых инструментов должна учитывать все текущие [14] и стратегические [6] направления деятельности вертикально-интегрированных структур АПК. В данном аспекте предлагается определить ключевые блоки стратегии маркетингового планирования: маркетинговый стратегический анализ, стратегическое планирование, реализация стратегии маркетингового планирования, контроль выполнения стратегии маркетингового планирования.

Далее кратко рассмотрим данные направления.

Первое направление - маркетинговый стратегический анализ. Данный этап - это сбор и накопление важной информации об основных элементах среды деятельности предприятия (рынок, товар, каналы сбыта, потребители и др.), обобщение информации о маркетинговой среде предприятия.

Для оценки эффективности обоснования выбора целевого рынка исследуем индикаторы, которые дают возможность сформировать карту обоснования выбора (табл. 1).

В Таблице 1 определены параметры, которые характеризуют степень привлекательности сегмента рынка для вертикально-интегрированного предприятия - реального или потенциального субъекта предложения на этом рынке.

Очевидно, что чем выше эти показатели, тем при равенстве других условий интереснее будет рыночный сегмент.

Оценка сформированности предприятия для эффективного функционирования в выбранном сегменте рынка является важным фактором, прежде всего, с точки зрения лучшей самооценки компанией своего рыночного потенциала, потенциала своей рыночной конкурентоспособности.

Таблица 1 - Индикаторы оценки привлекательности сегмента рынка предприятия АПК

Индикатор	Рейтинг индикатора относительно сегмента			
Емкость сегмента	Высокая	Средняя	Низкая	
Возможности развития сегмента	Высокие	Средние	Низкие	
Рост нормы прибыли	Значительный	Умеренный	Низкий	
Доступности удовлетворения потребительских нужд	Высокие	Средние	Низкие	
Степень изменчивости потребностей и запросов потребителей	Остаются постоянными	Иногда меняются	Постоянно изменяются	
Степень чувствительности покупателей к изменению цен	Нечувствительны	Чувствительность незначительна	Высокая чувствительност ь	
Степень чувствительности к стимулированию сбыта	Нечувствительны	Чувствительность незначительна	Высокая чувствительност ь	

Особенности конкурентной среды - это то, на что нужно нацеливаться холдинговым компаниям АПК в процессе разработки своих стратегических и тактических планов [18; 25].

Чем жестче конкуренция, чем более сконцентрированными являются рыночные доли в «игроков» [26], чем жестче регулирует экономические процессы государство, тем выше нужен исходный потенциал конкурентоспособности в решении вопроса о том, каким сегментом и как работать компании [1].

Охарактеризуем несколько целевых сегментов рынка, представив обобщающую характеристику в таблице 2.

Карта выбора сегмента целевого рынка обусловливает необходимость позиционирования на нем с использованием инструментария комплекса маркетинга. Маркетинговое позиционирование должно:

- определять товара предприятия на рынке среди товаров-аналогов [22];
- быть направленным на формирование определенной позиции товара предприятия в сознании потребителя [4];
- быть предпосылкой и исходным этапом разработки комплекса маркетинга [13], те отличные особенности, которые предприятие пытается довести до сознания потребителя через стратегию позиционирования, должны быть реализованы во всех элементах комплекса маркетинга, иначе создается конфузный имидж товара, который вызывает вред имиджу предприятия вообще;
- быть относительно стабильным и изменяться только при изменении маркетинговой среды и / или целей предприятия [7].

В ответ на быстрые изменения спроса со стороны покупателей, действия конкурентов и изменение экономических условий проводятся корректировки и принимаются новые меры. Но тщательный и непрерывный анализ рынка и более широкого внешнего окружения позволяет проводить такие корректировки обоснованно и последовательно. Анализ необходим для того, чтобы обеспечить основу для эффективного стратегического маркетингового плана.

Анализ должен концентрироваться на ряде элементов общей маркетинговой среды, которые могут влиять на его адекватность и конечный успех [8; 17].

Анализ внешней маркетинговой среды и конкурентов необходим для того, чтобы понимать потенциальные возможности и угрозы в долгосрочном маркетинговом плане [20]. Необходимо, прежде всего, контролировать и анализировать основные тенденции изменений внешней маркетинговой среды для активизации факторов внутреннего характера [10; 19].

Второе направление - стратегическое маркетинговое планирование. Данный этап, учитывая анализ и оценку маркетинговой ситуации вертикально-интегрированной структуры АПК, определяет базовые направления стратегически ориентированного маркетингового

планирования, которое будет доминировать в направлениях планирования маркетинга в краткосрочной (до 1 года), среднесрочной (от 1 до 3 лет) и долгосрочной (от 3 до 5 лет) перспективе.

Таблица 2 - Характеристика сегментов карты выбора целевого сегмента рынка

Сегмент	Характеристика сегмента
	- высокая емкость рынка и значительные возможности роста;
	- высокая доходность на выбранном сегменте;
A	- значительная приверженность покупателей к продукции предприятия;
	- доминирует доля расходов на активные маркетинговые мероприятия;
	- низкая возможность выбора других продавцов.
	- низкая и средняя емкость рынка;
	- незначительный рост прибыли, существенно не влияет на эффективность рыночных ниш;
В	- незначительные возможности роста емкости сегмента;
	- уровень расходов стабилен, доминируют расходы на производство продукции (инновации);
	- приверженность покупателей к продукции возрастает;
	- значительная соответствие ассортимента ожиданиям и запросам потребителей.
	- средняя и высокая емкость рынка, которая потенциально будет расти;
	- значительная степень зависимости предприятия от потребителя;
C	- стабильный уровень расходов по ориентацией на маркетинговую составляющую;
	- частичное соответствие ассортимента ожиданиям и запросам потребителей;
	- снижение приверженности покупателей к продукции предприятия;
	- незначительная емкость рынка и возможности прироста рынка;
	- низкий прирост прибыли;
D	- жесткая конкуренции и альтернатива избрания других продавцов
	- незначительные затраты на маркетинговые мероприятия, которые постоянно снижаются;
	- равнодушие покупателей к новой продукции.

Ведущим в дальнейшей реализации стратегии маркетингового планирования является формулирование миссии, поскольку именно миссия является определяющим компонентом следующих результативных решений в сфере маркетинга, поэтому она не может быть определена и сформулирована без учета маркетинговых подходов в текущей и перспективной деятельности предприятия. С другой стороны, определив и не учтя сформулированную миссию деятельности предприятия, невозможно достичь результативности в сфере стратегического маркетингового планирования.

Третье направление - реализация стратегии маркетингового планирования. Данный этап является определяющим с точки зрения формирования базовых ориентиров в товарной, ценовой, сбытовой политике, каналах распределения и политике продвижения продукции на определенные сегменты отечественного и зарубежного (международного) рынков. Вместе с тем формирование определенных ориентиров в маркетинговом комплексе должно сопровождаться сбалансированным и реальным бюджетом агропромышленных предприятий.

Формирование стратегических ориентиров в маркетинговом планировании интегрированной структуры обусловливает необходимость организационного обеспечения для полноценной реализации основных этапов маркетинг-плана.

В процессе анализа, разработки и реализации стратегического маркетингового планирования задействованы ключевые подразделения холдинговой компании:

- на первом этапе (маркетинговый стратегический анализ) работники отдела маркетинга и финансовой службы (оценка экономической привлекательности рынков), привлекаются специализированные компании (маркетинговые и рекламные агентства), периодически исследования рынка заказываются через специализированные сайты;
- на втором этапе (стратегическое маркетинговое планирование) работники отдела маркетинга, отдела рекламы, отдела сбыта (медиа-планирование), работники планово-экономического отдела; маркетинг-план разрабатывается маркетинговым агентством по согласованию внутренних компетентных структурных подразделений, разработка и администрирование сайта осуществляется ИТ-администратором (менеджером),

специализированной компанией;

- на третьем этапе (реализация стратегии маркетингового планирования) задействованы начальник отдела и подразделения сферы маркетинга, привлекаются специализированные рекламные агентства, маркетинговые службы содействия для продвижения продукции, кроме собственного торгового персонала, привлекаются дилерские / дистрибьюторские сети, собственные торговые представительства;
- на четвертом этапе (контроль выполнения стратегии маркетингового планирования) задействованы ревизионные подразделения, специализированные аудиторские службы, осуществляют маркетинговый аудит, маркетинговые агентства, финансовый и коммерческий директора.

Завершающий этап предусматривает формирование контролирующей системы и определения механизма корректирующих действий для обеспечения качественных управленческих решений во время сбора информации, планирования и реализации системы стратегического маркетингового планирования.

Контроль является важным этапом в процессе выявления изменений и отклонений в системе стратегического планирования действительных параметров от заданных [3; 5]. Важность контроля обусловливается коррекционной составляющей на любом этапе реализации стратегии маркетингового планирования. Основные составляющие контроля за реализацией маркетинговых инструментов представим на рисунке 1.

В ходе контроля возникают проблемы и барьеры по выполнению плана, определяются необходимые для их устранения корректирующие [23].

- В соответствии с предложенной моделью стратегически ориентированного маркетингового планирования (рис.1) основными направлениями контроля в интегрированной структуре должны стать:
 - контроль и мониторинг изменений маркетинговой среды деятельности предприятия [24];
 - контроль и корректировка системы стратегического маркетингового планирования [27];
 - контроль результатов реализации стратегического маркетингового планирования [15].

На каждом этапе (анализ, формирования и реализации) системы стратегического маркетингового планирования определяются объекты, направления и виды контроля, а также предусмотрим корректирующие действия.

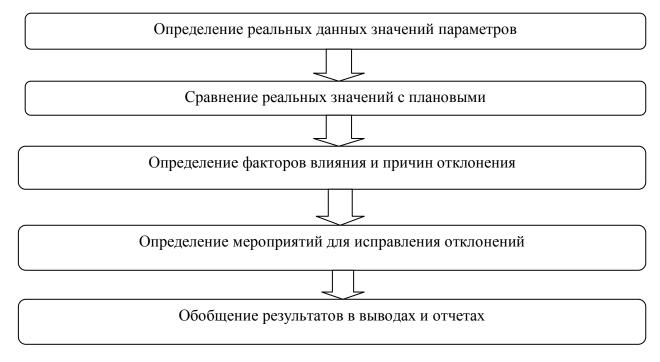


Рис. 1. - Составляющие контроля в системе стратегического маркетингового планирования предприятия

Оценка эффективности маркетингового планирования требует детального анализа, поэтому в данном контексте основное внимание необходимо концентрировать на направлениях контроля и видах анализа, представленных в таблице 3.

Контроль сбыта выявляет и контролирует структуру покупок потребителей, предусматривает изучение отношения покупателей к товарам, которые продаются, с целью определить, как это может негативно сказаться на сбыте продукции [12; 21].

Контроль прибыльности и маркетинговых затрат предполагает контроль рентабельности фирмы по отдельным товарам, их ассортиментных групп, рыночных сегментов и территориальных торговых каналов, рекламных средств, торгового персонала, заказов различного объема [9; 11]. Чаще всего предприятия анализируют рентабельность своих сбытовых действий в отношении группы товаров, реже - по группам потребителей или рыночных сегментов.

Таблица 3 - Направления контроля и виды анализа при оценке эффективности маркетингового планирования интегрированной структуры

Направления контроля	Вид деятельности	Показатели оценки результатов
	Сбытовая деятельность	Динамика темпов изменения объемов продаж. Соотношение запланированного объема продаж продукции с фактическим. Использование новых методов логистики, доставки и распространения продукции.
Контроль	Рыночная доля	Соотношение объемов продаж предприятия вобщих объемов реализации на данном рынке, сегменте в целом и по отдельным товарам.
ежегодных планов	Эффективность затрат на маркетинг	Расходы на маркетинговые мероприятия в структуре расходов предприятия. Эффективность затрат на рекламу. Соотношение между затратами на маркетинговые мероприятия и объемом продаж в стоимостном значении.
	Товарная политика	Коэффициент обновления товарного ассортимента. Доля реализованной инновационной продукции. Качественные характеристики товарной продукции.
Контроль прибыльности	Доходность отдельных товаров, сегментов, рынков, каналов распределения	Показатели уровня прибыльности. Уровень рентабельности от реализации.
Стратегически й контроль	Инспекция маркетинговой деятельности предприятия (регулярное, периодическое или эпизодическое)	Оценка качественных показателей (основных задач, стратегии, ее эффективность, выявление проблем и положительных перспектив для производственно-сбытовой деятельности предприятия).

Маркетинговый контроль предполагает подсчет полных затрат на производство и сбыт товара, размера затрат на продажу в расчете на отдельные составляющие (сбыт, реклама, транспортировка), вычисления расходов отдельно по каждому сбытовой канала, определение прибыли и убытка, чтобы выявить наиболее перспективные из них и скорректировать сбытовую политику фирмы. Стратегическим контролем и ревизией маркетинга предусматриваются регулярное, периодическое ИЛИ эпизодическое инспектирование маркетинговой деятельности предприятия. Задача стратегического контроля - оценка основных задач, оценка стратегии, внедряется, ее эффективность, создание специальных оперативных групп с целью выявления затруднений и положительных перспектив для производственно-сбытовой деятельности фирмы и рекомендации по содержанию следующих планов ее совершенствования.

Приведены в таблице 3 виды деятельности и показатели, с помощью которых осуществляется контроль маркетинговой деятельности, не являются обязательными, они корректируются руководством предприятия в зависимости от поставленной цели, выбранной

стратегии и долгосрочного разработанного плана маркетинга.

По результатам контроля выполнения плана маркетинга создаются три варианта ситуации:

- если сопоставление результатов свидетельствует о позитивности и эффективность выполнения запланированных мероприятий, то план не корректируется;
- если результаты не вполне соответствуют плановым, но существует надежда на достижение успеха, то формируются меры по корректировке плана, но сначала определяются причины возникновения такой ситуации;
- если же поставленные задачи не выполнены, то план маркетинга требует значительной коррекции, которая предусматривает просмотр целевых показателей и выбора иной стратегии.

При реализации стратегического маркетингового планирования контроль выступает информационным центром с обратной связью, что позволяет наблюдать за всеми этапами планирования и, если необходимо, осуществлять корректирующие действия [2; 16].

В целом предложенная структурно-логическая модель стратегии реализации маркетингового инструментария вертикально-интегрированной структуры АПК реализуется через прохождение ряда этапов - маркетинговый стратегический анализ, стратегическое маркетинговое планирование, реализация стратегии маркетингового планирования, контроль за выполнением стратегии - и обеспечивает более эффективный механизм реализации стратегии маркетингового планирования с учетом инструментария оценки отдельных составляющих маркетинг-плана (матрицы позиционирования и сегментирования, STP-анализа, анализа маркетинговой среды предприятия и др.).

Список литературы

- 1. Аблаев И.М. Методологические основы формирования и функционирования системы государственного регулирования экономики региона: автореф. дисс. ... докт. экон. наук. -Москва, 2006.-54 с.
- 2. Азитов Р.Ш., Миннибаев А.С. Планирование неотъемлемый элемент развития предприятия // Материалы студенческого научного кружка "Человек. Общество. Современность" Москва, 2016. С. 189-190.
- 3. Ананьева Н.В. Статистические исследования эффективности применения алгоритма Свира // Логистика. 2013. № 5 (78). С. 24-26.
- 4. Аникина Ю.А., Рагозина М.А. Инструменты стратегического планирования производственной программы предприятий оборонно-промышленного комплекса // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. 2015. № 4. С. 189.
- 5. Арутюнов Ю.А., Киселева М.М. Истина в цене. Ценообразование на инновационную продукцию // Креативная экономика. 2009. № 9. С. 109-115.
- 6. Афонина В.Е. Методы финансирования инвестиционного процесса в сельском хозяйстве // Научное обозрение. 2014. № 7-1. С. 411-415.
- 7. Безпалов В.В., Петросян А.Д. Развитие методологии управления внешнеторговой деятельностью в региональных промышленных комплексах в условиях либерализации внешнеэкономических отношений. Москва, 2010.-170 с.
- 8. Воронов Д.С., Корсунов П.П., Криворотов В.В. Оценка конкурентоспособности ПАО «Газпром» // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2016. Том 15. № 2. С. 179—197.
- 9. Герасимова Л.Н. Роль учетных механизмов в управлении инновационной деятельностью организации // Финансовый вестник: Финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2012. \mathbb{N} 12. С. 11.
- 10. Демин С.С., Джамай Е.В. Механизм рационального выбора инновационных проектов создания наукоемких видов продукции (на примере авиационной промышленности) // Научный вестник ГосНИИ ГА. 2015. № 8 (320). С. 39-46.

- 11. Забайкин Ю.В. Применение экономико-математических методов производственном планировании // Kant. 2017. № 2 (23). С. 140-147.
- 12. Заусаев И.А., Берсенев И.И., Сабецкая Г.Р. Метод оптимизации затрат при формировании товарных запасов торгового предприятия // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-1 (66-1). С. 508-512.
- 13. Емельянов С.Г., Голик Н.И., Новикова И.В., Чиркова М.Б., Федосов П.Е., Золоторев В.Н., Попов В.В., Овчинникова Т.И., Клойзнер В.Д., Девяткин Г.Т., Вавулин Д.А., Тимошенко О.А., Варламова Т.П., Лахнова Т.В., Могилевская Г.И., Лаврентьева И.В., Великая Е.Г., Литвинова А.В., Семенов В.А., Исупова О.А. Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение. Воронеж, 2003. 257 с.
- 14. Иванова В.Н., Серёгин С.Н., Атюкова О.К., Никифоров-Никишин А.Л., Иванов С.А., Язев Г.В., Никитин И.А., Валентинова Н.И., Могильный М.П., Смирнов В.Г., Славянский А.А., Битус Е.И., Грубый В.А., Пизенгольц В.М., Сауренко Т.Н. Механизмы повышения эффективности отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности центрального федерального округа. Москва, 2016. 208 с.
- 15. Иванов И.Н., Бельская О.Л., Кузьменкова И.В. Управление стратегическим потенциалом металлургического предприятия // Организационно-экономические проблемы повышения эффективности металлургического производства Материалы I Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Н.А. Ефимова. 1999. С. 98-100.
- 16. Исрафилов Н.Т. Пути роста эффективности института несостоятельности в аграрном сегменте экономики России // Актуальные проблемы российского менеджмента материалы региональной научно-практической конференции.редколлегия: В. А. Леванков ответственный редактор. Санкт-Петербург, 2011. С. 116-122.
- 17. Камбердиева С.С., Кабисов К.А., Хетагуров Г.В. Проблемы малого и среднего предпринимательства в современных условиях // Устойчивое развитие горных территорий. 2012. № 3. С. 95-96.
- 18. Кожевников М.В., Васева О.Х. Формирование имиджа организации как условие эффективного управления // Южно-Уральский педагогический журнал. 2015. № 1 (2). С. 106-111.
- 19. Недоспасова О.П. Корпоративные инвестиции в человеческий капитал как условие инновационного развития отечественной промышленности // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. № 12 (140). С. 72-77.
- 20. Носков И.А. Имидж в маркетинговой стратегии развития образования // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы материалы одиннадцатой международной научно-практической конференции. 2016. С. 139-143.
- 21. Окунев О.Б. Управление экономическими и социальными рисками в условиях кризиса // Страховое право. 2009. № 4 (45). С. 38-39.
- 22. Просвиркин Н.Ю. Реализация методики и алгоритма коалиционного взаимодействия производственных и торговых предприятий // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2008. № 7 (26). С. 319-323.
- 23. Сычева И.Н. «Зеленая экономика» устойчивое развитие экономики // Вестник алтайской науки. 2013. № 2-2. С. 188-189.
- 24. Таппасханова Е.О., Мустафаева З.А., Лигидов Р.М. Формирование конкурентной позиции товаров особого спроса (автомобилей премиум-класса) в России // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. № 2. С. 109-119.
- 25. Ткачев А.Н., Лойко В.И., Пименов Г.Г. Инвестиции как фактор управления агропроизводством // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2003. № 1. С. 161-181.
- 26. Хасаншин И.А., Гебейдуллова Д.А. О необходимости формирования культуры инновационного развития России // Модернизация культуры: идеи и парадигмы культурных изменений Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией: С.В. Соловьевой, В.И. Ионесова, Л.М. Артамоновой. 2014. С. 232-235.
 - 27. Юсупова С.Я. Теория и практика внедрения системы контроллинга в условиях

информационного общества // Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. - Москва, 2008. - 332 с.

Сведения об авторах

Мычка С.Ю. – старший преподаватель, Воронежского экономико-правового института, nauka-vepi@yandex.ru.

Шаталов М.А. – кандидат экономических наук, доцент, начальник научноисследовательского отдела Воронежского экономико-правового института, naukavepi@yandex.ru.

UDC 658.8

STRUCTURAL-LOGICAL MODEL OF THE STRATEGY IMPLEMENTATION OF MARKETING INSTRUMENTATION OF VERTICAL-INTEGRATED STRUCTURE AIC

S.Yu. Mychka, M.A. Shatalov

Voronezh Institute of Economics and Law

The article justifies the model of the marketing tool implementation strategy for the vertically integrated structures of the agroindustrial complex, as a factor in ensuring their sustainable development. *Key words:* agribusiness, vertically integrated structure, marketing toolkit, strategy.

References

- 1. Ablaev I.M. Metodologicheskie osnovyi formirovaniya i funktsionirovaniya sis-temyi gosudarstvennogo regulirovaniya ekonomiki regiona: avtoref. diss. ... dokt.ekon. nauk. -Moskva, $2006.-54~\mathrm{s}.$
- 2. Azitov R.Sh., Minnibaev A.S. Planirovanie neot'emlemyiy element razvitiya predpriyatiya // Materialyi studencheskogo nauchnogo kruzhka "Chelovek. Obschestvo. Sovremennost"Moskva, 2016. S. 189-190.
- 3. Ananeva N.V. Statisticheskie issledovaniya effektivnosti primeneniya algo-ritma Svira // Logistika. 2013. №5 (78). S. 24-26.
- 4. Anikina Yu.A., Ragozina M.A. Instrumentyi strategicheskogo planirovaniya proizvodstvennoy programmyi predpriyatiy oboronno-promyishlennogo kompleksa // Vestnik Krasnoyarskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. 2015. № 4. S. 189.
- 5. Arutyunov Yu.A., Kiseleva M.M. Istina v tsene. Tsenoobrazovanie na innovatsionnuyu produktsiyu // Kreativnaya ekonomika. 2009. № 9. S. 109-115.
- 6. Afonina V.E. Metodyi finansirovaniya investitsionnogo protsessa v selskom hozyaystve // Nauchnoe obozrenie. 2014. № 7-1. S. 411-415.
- 7. Bezpalov V.V., Petrosyan A.D. Razvitie metodologii upravleniya vneshnetorgovoy deyatelnostyu v regionalnyih promyishlennyih kompleksah v usloviyah liberalizatsii vneshneekonomicheskih otnosheniy. Moskva, 2010. 170 s.
- 8. Voronov D.S., Korsunov P.P., Krivorotov V.V. Otsenka konkurentosposobnosti PAO «Gazprom» // Vestnik UrFU. Seriya ekonomika i upravlenie. 2016. Tom 15. № 2. S. 179–197.
- 9. Gerasimova L.N. Rol uchetnyih mehanizmov v upravlenii innovatsionnoy deya-telnostyu organizatsii // Finansovyiy vestnik: Finansyi, nalogi, strahovanie, buhgalter-skiy uchet. 2012. № 12. S. 11.

- 10. Demin S.S., Dzhamay E.V. Mehanizm ratsionalnogo vyibora innovatsionnyih pro-ektov sozdaniya naukoemkih vidov produktsii (na primere aviatsionnoy promyishlennosti) // Nauchnyiy vestnik GosNII GA. 2015. № 8 (320). S. 39-46.
- 11. Zabaykin Yu.V. Primenenie ekonomiko-matematicheskih metodov v proizvodst-vennom planirovanii // Kant. 2017. № 2 (23). S. 140-147.
- 12. Zausaev I.A., Bersenev I.I., Sabetskaya G.R. Metod optimizatsii zatrat pri for-mirovanii tovarnyih zapasov torgovogo predpriyatiya // Ekonomika i predprinimatelstvo. 2016. № 1-1 (66-1). S. 508-512.
- 13. Emelyanov S.G., Golik N.I., Novikova I.V., Chirkova M.B., Fedosov P.E., Zoloto-rev V.N., Popov V.V., Ovchinnikova T.I., Kloyzner V.D., Devyatkin G.T., Vavulin D.A., Ti-moshenko O.A., Varlamova T.P., Lahnova T.V., Mogilevskaya G.I., Lavrenteva I.V., Velikaya E.G., Litvinova A.V., Semenov V.A., Isupova O.A. Sovremennoe predprinimatelstvo: so-tsialno-ekonomicheskoe izmerenie. Voronezh, 2003. 257 s.
- 14. Ivanova V.N., SerYogin S.N., Atyukova O.K., Nikiforov-Nikishin A.L., Ivanov S.A., Yazev G.V., Nikitin I.A., Valentinova N.I., Mogilnyiy M.P., Smirnov V.G., Slavyan-skiy A.A., Bitus E.I., Grubyiy V.A., Pizengolts V.M., Saurenko T.N. Mehanizmyi povyishe-niya effektivnosti otrasley pischevoy i pererabatyivayuschey promyishlennosti tsentralnogo federalnogo okruga. Moskva, 2016. 208 s.
- 15. Ivanov I.N., Belskaya O.L., Kuzmenkova I.V. Upravlenie strategicheskim po-tentsialom metallurgicheskogo predpriyatiya // Organizatsionno-ekonomicheskie problemyi povyisheniya effektivnosti metallurgicheskogo proizvodstva Materialyi I Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Pod obschey redaktsiey N.A. Efimova. 1999. S. 98-100.
- 16. Israfilov N.T. Puti rosta effektivnosti instituta nesostoyatelnosti v agrar-nom segmente ekonomiki Rossii // Aktualnyie problemyi rossiyskogo menedzhmen-ta materialyi regionalnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii.redkollegiya: V. A. Levan-kov otvetstvennyiy redaktor. Sankt-Peterburg, 2011. S. 116-122.
- 17. Kamberdieva S.S., Kabisov K.A., Hetagurov G.V. Problemyi malogo i srednego predprinimatelstva v sovremennyih usloviyah // Ustoychivoe razvitie gornyih territoriy. 2012. N_2 3. S. 95-96.
- 18. Kozhevnikov M.V., Vaseva O.H. Formirovanie imidzha organizatsii kak uslovie effektivnogo upravleniya // Yuzhno-Uralskiy pedagogicheskiy zhurnal. 2015. № 1 (2). S. 106-111.
- 19. Nedospasova O.P. Korporativnyie investitsii v chelovecheskiy kapital kak uslo-vie innovatsionnogo razvitiya otechestvennoy promyishlennosti // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2013. №12 (140). S. 72-77.
- 20. Noskov I.A. Imidzh v marketingovoy strategii razvitiya obrazovaniya // Vyisshee gumanitarnoe obrazovanie XXI veka: problemyi i perspektivyi materialyi odinnadtsatoy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 2016. S. 139-143.
- 21. Okunev O.B. Upravlenie ekonomicheskimi i sotsialnyimi riskami v usloviyah krizisa // Strahovoe pravo. 2009. № 4 (45). S. 38-39.
- 22. Prosvirkin N.Yu. Realizatsiya metodiki i algoritma koalitsionnogo vzaimodeystviya proizvodstvennyih i torgovyih predpriyatiy // Vestnik INZhEKONa. Seriya: Ekonomika. 2008. № 7 (26). S. 319-323.
- 23. Syicheva I.N. «Zelenaya ekonomika» ustoychivoe razvitie ekonomiki // Vestnik altayskoy nauki. 2013. № 2-2. S. 188-189.
- 24. Tappashanova E.O., Mustafaeva Z.A., Ligidov R.M. Formirovanie konkurentnoy pozitsii tovarov osobogo sprosa (avtomobiley premium-klassa) v Rossii // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2013. № 2. S. 109-119.
- 25. Tkachev A.N., Loyko V.I., Pimenov G.G. Investitsii kak faktor upravleniya agroproizvodstvom // Politematicheskiy setevoy elektronnyiy nauchnyiy zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. 2003. № 1. S. 161-181.
- 26. Hasanshin I.A., Gebeydullova D.A. O neobhodimosti formirovaniya kulturyi innovatsionnogo razvitiya Rossii // Modernizatsiya kulturyi: idei i paradigmyi kultur-nyih

izmeneniy Materialyi Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Pod re-daktsiey: S.V. Solovevoy, V.I. Ionesova, L.M. Artamonovoy. 2014. S. 232-235.

27. Yusupova S.Ya. Teoriya i praktika vnedreniya sistemyi kontrollinga v usloviyah informatsionnogo obschestva // Dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni doktora ekonomicheskih nauk. - Moskva, 2008. - 332 s.

Author's information

Mychka S.Yu. - Senior Lecturer, Voronezh Economic and Legal Institute, naukavepi@yandex.ru.

Shatalov M.A. - candidate of economic sciences, associate professor, head of the research department of the Voronezh Economic and Legal Institute, nauka-vepi@yandex.ru.

УДК 338.5

ОБОСНОВАНИЕ ЕДИНЫХ ЦЕН МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВЫХ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

И.М. Стаценко

Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина

В статье рассмотрена проблема выбора стратегии установления цен в торговых объектах межрегиональных розничных торговых сетей. Предложен алгоритм обоснования установления единых цен. Рассмотрен пример расчета единых цен для сетевой торговой организации.

Ключевые слова: цена, стратегия ценообразования, торговая сеть, обоснование цены, единая цена, средняя цена

Одной из тенденций современной торговой деятельности является формирование и развитие сетевых структур. Для достижения эффективности сетевым торговым организациям необходимо решать комплекс задач, связанных с выбором рациональных методов обоснования маркетинговой политики с учетом региональных особенностей размещения торговых объектов сети [14].

Вопросы выбора стратегии ценообразования являются ключевыми в достижении эффективности торговой деятельности. Установление цен и управление их динамикой следует рассматривать как инструмент стратегического управления фирмой и ее позиционирования на рынке, а не как инструмент текущего регулирования объема продаж [1].

В современной научной литературе вопросы ценообразования коммерческих организаций рассмотрены в научных трудах Андерсона Х., Друри К, Керимова В.Э., Липсиц И.В., Максимова Ю.П., Попкова В.П., Шуремова В.Л. и других.

В то же время в настоящее время вопросы обоснования стратегии единых цен и индивидуальных цен для объектов торговых сетей остаются недостаточно изученными.

В связи с этим актуальной является разработка порядка обоснования и расчета единых цен продуктовых розничных торговых сетей с единым центром финансового управления.

Целью исследования является разработка методики, позволяющей обосновать установление единых цены в объектах одной торговой сети.

В рамках проводимого исследования объектом являются продуктовые розничные торговые сети с единым центром финансового управления.

Под торговой сетью понимается совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации. В торговую сеть могут входить торговые объекты, принадлежащие одному или нескольким юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям [3].

Предприятие розничной торговли — это объект хозяйственной деятельности, осуществляющий с использованием процессов, оборудования и технологий продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям для их личного, семейного, домашнего использования [4].

Оборот розничной торговли в России в 2016 году в сопоставимых ценах сократился на 5,2% по сравнению с 2015 годом и составил 28,137 трлн руб. Об этом говорится в материалах Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат). Емкость рынка и объем продаж продовольственных товаров в 2016 году составил 13,7 трлн. руб. (с учетом НДС) [1].

Доля продуктовых розничных торговых сетей в формировании оборота продуктовой розничной торговли по различным субъектам Российской Федерации от 5,5% (республика Тыва) до 82,3% г.Санкт-Петербург. В среднем по России показатель составляет 33,1%. В 12 субъектах РФ доля сетей в объеме розничных продаж продуктами питания составляет более

50% (табл.1) [8].

Таблица 1 - Субъекты Российской Федерации с преобладающей долей сетей в объеме розничных продаж продуктами питания

№	Субъект РФ	Федеральный округ	Доля сетей в объеме розничных продаж продуктами питания, %
1	Владимирская область	Центральный	54,1
2	Рязанская область	центральный	51,7
3	Санкт-Петербург		82,3
4	Ленинградская область		62,6
5	Псковская область	Северо-Западный	53
6	Мурманская область		51,3
7	Новгородская область		50,6
8	Республика Марий Эл	Приволжский	50,5
9	Курганская область	Vnous organi	50,8
10	Челябинская область	Уральский	52
11	Кемеровская область	Cusumoruvi	51,1
12	Томская область	Сибирский	54,5

Составлено автором на основании данных официального сайта Федеральная служба государственной статистики Режим доступа: http://www.gks.ru

Как видно из таблицы 1, продуктовые торговые сети наиболее распространены в Северо-Западном Федеральном округе. Продуктовые торговые сети с единым центром финансового управления в рамках политики ценообразования должны принять единые цены на продукцию в своих сетях, либо отказаться в пользу индивидуальных цен на каждом торговом объекте. Единый центр финансового управления предполагает централизованное управление финансами. Торговые объекты сети выступают центрами финансовой ответственности [11].

Под единой ценой понимается цена на товар, принятая во всех объектах сетевой розничной структуры.

Единая цена устанавливается на каждый товар в ассортиментной матрице на регламентированный промежуток времени, по окончании которого, цена пересматривается. Также устанавливается перечень факторов, изменение которых будет являться основанием досрочного пересмотра цен.

Применение необоснованных единых цен негативно отражается на экономических результатах торговых организаций, входящих в сетевую структуру и эффективность сети в целом. Необходимо обеспечить установление поддержание единых цен таким образом, чтобы с одной стороны обеспечить конкурентную и платежеспособную цену, с другой стороны обеспечить покрытие затрат.

Разница в ценах в разных объектах зависит внутренних и внешних факторов. Торговые организации решают проблему ценообразования, выбирая себе методику расчета цен, в которой учитывается одно из трех соображений (цена закупки, спрос, цены конкурентов) [2].

Для обоснования маркетинговых решений предприятия использует как математические и статистические методы (линейного программирования, факторные методы), так и эвристические методы, в том числе метод Делфи [12,13].

Для принятия решения об установлении единых ценах видится целесообразным использовать методы корреляционного анализа.

Информационной базой для обоснования возможности установления единых цен для объектов торговой сети предлагается использовать данные о фактических ценах на продукты за последние 3 года в каждом объекте торговой сети и уровень инфляции.

Обоснование установления единых цен целесообразно осуществлять в следующей последовательности.

1. Определяется среднегодовая цена на продукты не менее чем за 3 предшествующих

периода в целом по сети и в разрезе каждой организации, входящей в сеть. Рассчитывается цена продуктов за 3 предшествующих года. Расчет производится в целом по РФ, по федеральным округам и субъектам РФ. Для приведения цен используются коэффициенты инфляции. По каждому продукты рассчитывается среднеарифметическая приведенная цена. Коэффициент роста цен может определен двумя способами. Первый способ основан на применении официальных данных Министерства экономического развития Российской Федерации об уровне инфляции. Второй метод основан на расчете индекса Лайспейреса по фактическим данным по каждому продукту и объекту торговой сети и нахождении его среднего значения для торговой сети в целом [6].

2. Целесообразно рассмотреть возможность объединения различных продуктов в группы для установления для них одинаковой цены. С этой целью рассчитывается коэффициент вариации. Вариация — это принятие единицами совокупности или их группами различных, отличающихся друг от друга, значений признака [5].

Если коэффициент вариации принимает значение менее 0,1, то такие виды продуктов целесообразно объединять в одну группу установив для них среднюю цену, т.к. изменчивость вариационного ряда принято считать незначительной [10]. Если коэффициент вариации принимает значение более 0,1 — расчет норматива стоимости должен осуществляться отдельно для каждого из рассматриваемых видов продуктов.

В результате проведенных статистических вычислений формируется новый ряд данных, в которых некоторые продукты рассматривается как одна позиция.

- 3. По сформированному ряду средних цен на продукты с учетом инфляции рассчитываются следующие статистические показатели: средняя цена; минимальная цена; максимальная цена; коэффициент вариации. Расчет статистических показателей осуществляется в целом по РФ и по каждому субъекту РФ.
- 4. На основании значений коэффициента вариации, рассчитанному в целом по Российской Федерации, принимается решение о возможности установления единых цен. При значении коэффициента вариации: до 0,15 ряд средних цен относительно однороден, средняя цена принимается в качестве единой цены сети; 0,15-0,33 ряд средних цен недостаточно однороден, требуется выравнивание ряда цен; более 0,33 ряд цен неоднороден, не рекомендуется установление единых цен [10].
- 5. Выравнивание ряда средних цен предлагается осуществлять в следующей последовательности. Определяется размах колебания цен на продукты по объектам торговой сети от среднего до максимального и от среднего до минимального. Из расчета коэффициента вариации в сформированным ряду цен, исключаются поочередно самые высокие цены (если размах колебания от средней до максимальной превышает размах колебания от средней до минимальной) либо самые низкие цены (если размах колебания от средней до минимальной превышает размах колебания от средней до максимальной). Процедура исключения цен из расчета продолжается до тех пор, пока коэффициент вариации не снизится до 0,15. Решение об установлении единой цены не может быть принято, если в процессе выравнивания из анализа было исключено более 50% объектов сети. Для субъектов РФ, которые были исключены при выравнивании цен целесообразно установить поправочный коэффициент к единым ценам.
- 7. При неоднородности ряда цен может быть принято решение установить единые цены для каждого субъекта РФ. В качестве единой цены на продукты по субъекту РФ принимается средняя цена в объектах торговой сети, входящих в данный субъект РФ (если коэффициент вариации менее 0,15), либо средняя выровненная цена в субъектах РФ, входящих в данный субъект РФ (если коэффициент вариации принимает значение от 0,1 до 0,33).

Установление единой цены в субъектах $P\Phi$ осуществляется, в том случае если присутствуют данные не менее чем по 2-м объектам торговой сети, входящим в данный субъект $P\Phi$.

8. Установление индивидуальной цены в каждом объекте торговой сетевой организации осуществляется, в том случае, если коэффициент вариации для ряда цен более 0,33.

Подход к обоснованию установления единой цены на основе средних цен предыдущих периодов наиболее прост с точки зрения доступности информации, однако не учитывает фактические затраты обращения, адекватность закупочных цен торговых организаций сети.

Для повышения качества обоснования установления единых цен, а также в случае установление единых цен для новых сетевых структур в качестве исходной базы целесообразно использовать цены, рассчитанные смешанным методом (нормативным, рыночным, затратным).

Цена на продукты смешанным методом рассчитываются как сумма среднерыночной цены приобретения изделия и среднего размера розничной надбавки, рассчитанной затратным или нормативным методом.

Для расчета средней цены приобретения целесообразно использование рыночного метода. Расчет осуществляется в следующей последовательности:

- 1. Формирование перечня организаций, занимающихся реализацией каждого вида продуктов питания данной группы. В каждом регионе целесообразно выбирать не менее 5 организаций (либо не менее 50% участников рынка), осуществляющих реализацию продуктов питания.
- 2. Сбор информации о закупочных ценах на данные продукты питания по выбранным организациям.
 - 3. Расчет средней закупочный цены на товар.

Розничная надбавка включает издержки обращения и нормативный коэффициент рентабельности. Издержки обращения рассчитываются затратным методом или нормативным методом в соответствии с законодательством Российской Федерации [9].

Затратный метод применим только для действующих торговых сетей, т.к вновь создаваемые сети не имеют необходимую информационную базу для расчетов.

Розничная надбавка на единицу товара рассчитывается с учетом доли закупочной цены данного товара к объему реализации продукции в закупочных ценах. При использовании нормативного метода учитывается прогнозный объем реализации.

Обоснование единой цены для статистического ряда цен, построенного затратным и нормативным методом осуществляется, также как и для ряда средних фактических цен предыдущих периодов на основании расчета коэффициента вариации.

Предложенная методика была апробирована для обоснования единых цен в торговой сети вологодских продуктов «Дары Вологодчины». Торговая сеть «Дары Вологодчины» в рамках разработки стратегии развития рассматривала создание 10 торговых объектов в 7 субъектах РФ. В статье представлено обоснование единых цен для 4 продуктов сети. Исходные данные для расчета были получены с помощью рыночного и нормативного метода и представлены в табл. 2.

На первом этапе определяется возможность группировки продуктов. Для этой цели рассчитаем средние значения по каждому из 4 товаров с учетом инфляции. Официальная инфляция за 2015 год составила 12,9%, за 2014 — 11,9%. В результате расчетов получаем следующие ряды данных для каждого из 4 продуктов (табл.2).

Для выявления возможности сгруппировать товары рассчитывается коэффициент вариации для каждого из ряда данных по товарам. В результате расчетов, коэффициента вариации между продуктом 1 и продуктом 2 составил 0,13. Поскольку значение менее критического значения 0,15, то данные можно считать относительно однородными и рекомендуется установление одинаковой цены на продукт 1 и продукт 2. В связи с этим получается 3 ряда данных: средние значения цен по продукту 1 и 2, цены по продукту 2, цены по продукту 4.

Таблица 2 - Средние цены в межрегиональной торговой сети, рубли

Субъект РФ,		20	14			20	15			20	16	
в котором	Прод	Про	Прод	Прод	Про	Прод						
расположен	укт 1	укт 2	укт 3	укт 4	укт 1	укт 2	укт 3	дукт	укт 1	укт 2	дукт	укт 4
ооъект	,	J	3	3	3	3	3	4			3	
торговой												
сети												
Карелия												
Республика	31	29	321	20	35	34	325	22	37	38	343	25
(объект 1)												
Коми												
Республика	30	29	300	25	33	34	330	27	35	37	355	30
(объект 2)												
Архангельск												
ая область	26	30	260	30	30	30	280	33	30	30	334	36
(объект 3)												
Вологодская												
область	22	22	217	25	32	31	290	28	33	33	345	32
(объект 4)												
Калининград												
ская область	34	34	342	24	47	48	345	26	52	52	380	28
(объект 5)												
Ленинградск												
ая область	25	25	256	12	33	33	295	14	33	33	345	16
(объект 6)												
Ленинградск												
ая область	29	29	302	10	32	31	320	12	34	33	344	14
(объект 7)												
Ленинградск												
ая область	28	28	302	12	37	31	311	14	40	38	334	16
(объект 8)												
Санкт-												
Петербург	28	28	230	35	32	32	270	38	32	32	345	45
(объект 9)												
Санкт-												
Петербург	29	29	294	30	32	32	323	36	34	34	335	42
(объект 10)												

На следующем этапе был рассчитан коэффициент вариации по объектам торговой сети. По результатам расчета получены следующие значения показателей, рассчитанные в целом для торговой сети (табл.3).

Таблица 3 - Значение показателей однородности ряда данных цен по объектам торговой сети

Показатель	Товар				
Показатель	Продукт 1,2	Продукт 3	Продукт 4		
Средняя цена, руб	36,6	350	28,2		
Коэффициент вариации	0,134	0,079	0,38		
Однородность ряда	относительно однородный	однородный	неоднородный, т.к. больше 0,33		

Анализ ряда цен для продуктов А и Б показал, что в одном из объектов торговой сети (Калининградская область) цена выше на 35% по сравнению с остальными объектами торговой сети. Если исключить данный объект для расчетов, то рекомендуемая единая цена в торговой сети на данный товар составит 35,2 руб. Для объекта, расположенного в

Калининградской области при обоснованности установления данной цены может быть установлена индивидуальная цена 49,5 руб. По продукту В рекомендуется установить единую цену на уровне 350 рублей. По продукту Γ единая цена не может быть установлена, ряд не однороден. Поскольку в Ленинградской области и Санкт-Петербурге несколько торговых объектов, то была проанализирована возможность установления единых цен внутри каждого из субъектов РФ по продукту Γ .

По результатам расчета получены следующие значения показателей, рассчитанные в целом для Ленинградской области и Санкт-Петербурга (табл. 4).

Таблица 4 - Значение показателей однородности ряда данных цен по объектам торговой сети в отдельных субъектах РФ

Показатель	Субъект РФ			
Показатель	Ленинградская область	Санкт-Петербург		
Средняя цена, руб.	14,9	42,0		
Коэффициент вариации	0,09	0,06		
Однородность ряда	однороден	однороден		

Как видно из таблицы ряды данных по рассматриваемым субъектам РФ однородны. Рекомендуемая цена на товар Γ во всех объектах торговой сети Ленинградской области 14,9 руб. а в Санкт-Петербурге – 42 руб.

Таким образом для рассматриваемой сетевой торговой организации было предложено установить единую цену на продукт 3, на продукт 1 и 2, также установить единую цену с введением поправочного коэффициента для объекта в Калининградской области, для продукта 4 рекомендовано установить единые цены по субъектам РФ, а не в целом по сетевой торговой организации.

Применение предложенной методики на практики позволит центрам финансового управления межрегиональных продуктовых торговых сетей в рамках обоснования ценовой политики принять одно из возможных решений:

- установить единую цену по всей сети, в случае, если по всем организациям ряд исходных цен является однородным;
- установить единую цену по сети с введением поправочных региональных коэффициентов, если существует незначительное количество торговых сетевых организаций в отдаленных субъектов $P\Phi$, в которых стоимость существенно отличается от средних значений;
- установить единую цену по субъектам РФ, если выявлена существенная разница в стоимости между различными регионами, но в объектах торговой сети в рамках одного субъекта РФ ряд однороден;
- установить индивидуальную цену на товары в каждой торговой сетевой организации, в случае, если полученный ряд неоднороден.

Список использованной литературы

- 1. Аналитическая база: «700 торговых сетей FMCG РФ 2017 года». Расширенная версия.
- 2. Гончаренко Л.Н. Управление прибылью организаций торговли: Монография / Л.Н. Гончаренко, Т.Б. Кувалдина, И.С. Метелёв. Омск: Типография «С-Принт». 2007.
- 3. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля термины и определения в ред. Изменения N 1,утв .Приказом Росстандарта от 29.03.2016 N 222-ст.
- 4. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования, утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

от 15 декабря 2009 г. N 769-ст.

- 5. Калинин А.Г. Обработка данных методами математической статистики: монография Чита: ЗИП СибУПК. 2015.
- 6. Коротков А.В., Ботникова А.А.. Статистическое исследование индекса потребительских цен в России // Молодой ученый. 2016. №5 С.353-356
- 7. Липсиц И.В. Управление ценообразованием в фирме: Мировой опыт и российская практика: дис. докт. эк.наук. Москва. 2000.
- 8. Официальная статистика. Предпринимательство. Розничная торговля. Оборот розничной торговли, официальный сайт Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/# (Дата обращения 15.09.2017)
- 9. Пакшина М.В. Затратный метод расчета цены на примере московской компании //Экономика и социум. 2014. №2-3. С.816-818
 - 10. Савицкая Г.Ф., Анализ хозяйственной деятельности Минск: РИГТО. 2012.
- 11. Чеботарь Ю.М. Корпоративные финансы и корпоративный контроль: монография М: Автономная некоммерческая организация «Академия менеджмента и бизнес-администрирования». 2016.
- 12. Azani, C. H. & Khorramshahgol, R. Analytic Delphi Method (ADM): A strategic decision making model applied to location planning. Journal Engineering Costs & Production Economics, N_1 . P.23–28.
- 13. Carroll T. M. & Dean, R. D.. A Bayesian Approach to Plant-Location Decisions. Decision Sciences. 1980 P.11.
- 14. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review.-1990. 73–93

Сведения об авторе

Стаценко И.М. - к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Н.В. Верещагина. poiginaim@yandex.ru

UDK 338.5

JUSTIFICATION OF UNIFIED PRICES OF INTERREGIONAL PRODUCT RETAIL NETWORKS

I.M. Statsenko

Vologda State Dairy Farming Academy by N.V. Vereshchagin

The article considers the problem of choosing a pricing strategy for interregional retail trade network organizations. The article proposes the stages of substantiating the establishment of unified prices in network organizations. The article considers an example of calculating uniform prices for a network trading organization *Keywords:* price, pricing strategy, sales network, price justification, single price, average price

References

- 1. Analiticheskaja baza: «700 torgovyh setej FMCG RF 2017 goda». Rasshi-rennaja versija.
- 2. Goncharenko L.N. Upravlenie pribyl'ju organizacij torgovli: Monografija / L.N. Goncharenko, T.B. Kuvaldina, I.S. Meteljov. Omsk: Tipografija «S-Print».2007.
- 3. GOST R 51303-2013 Torgovlja terminy i opredelenija v red. Izmenenija N 1,utv .Prikazom Rosstandarta ot 29.03.2016 N 222-st.
- 4. GOST R 51304-2009 Uslugi torgovli. Obshhie trebovanija, utverzhden i vve-den v dejstvie Prikazom Federal'nogo agentstva po tehnicheskomu regulirovaniju i met-rologii ot 15 dekabrja 2009 g. N 769-st.
- 5. Kalinin A.G. Obrabotka dannyh metodami matematicheskoj statistiki: mo-nografija Chita: ZIP SibUPK. 2015.
- 6. Korotkov A.V., Botnikova A.A.. Statisticheskoe issledovanie indeksa po-trebitel'skih cen v Rossii // Molodoj uchenyj. 2016. №5 S.353-356
- 7. Lipsic I.V. Upravlenie cenoobrazovaniem v firme: Mirovoj opyt i ros-sijskaja praktika: dis. dokt. jek.nauk. Moskva.2000.
- 8. Oficial'naja statistika. Predprinimatel'stvo. Roznichnaja torgovlja. Obo-rot roznichnoj torgovli, oficial'nyj sajt Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj stati-stiki [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/# (Data obrashhenija 15.09.2017)
- 9. Pakshina M.V. Zatratnyj metod rascheta ceny na primere moskovskoj kom-panii //Jekonomika i socium. 2014. №2-3. S.816-818
 - 10. Savickaja G.F., Analiz hozjajstvennoj dejateľnosti Minsk: RIGTO. 2012.
- 11. Chebotar' Ju.M. Korporativnye finansy i korporativnyj kontrol': mono-grafija M: Avtonomnaja nekommercheskaja organizacija «Akademija menedzhmenta i biznes-administrirovanija». 2016.
- 12. Azani, C. H. & Khorramshahgol, R. Analytic Delphi Method (ADM): A strategic decision making model applied to location planning. Journal Engineering Costs & Production Economics, №1. P.23–28.
- 13. Carroll T. M. & Dean, R. D.. A Bayesian Approach to Plant-Location Decisions. Decision Sciences. 1980 P.11.
- 14. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review.- 1990. 73–93

Author's information

Statsenko IM - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Vologda State Dairy Farming Academy by N.V. Vereshchagin". poiginaim@yandex.ru

УДК 66.3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНАХ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В.В. Фещенко

Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского

В статье рассматривается создание корпоративной социальной сети на основе геймификации как коммуникативного фактора для повышении эффективности деятельности органов муниципального управления.

Ключевые слова: персонал, муниципальное управление, управление персоналом, геймификация, корпоративная социальная сеть.

Успех или неудачу любой организации в эпоху информационного общества определяют концепции, которые находятся в головах людей, и степень качества доступной и оперируемой ими информации. Органы муниципального управления - специфическая организация, целенаправленно и непоследовательно формирующая и реализующая планы городского развития. Это основная управленческая задача муниципального управления, и персональный состав органов муниципального управления должен иметь соответствующие задаче компетенции. Как показывает анализ практики, персонал органов муниципального управления очень неоднороден, и в основном на сегодняшний день это специалисты, профессионально подготовленные и получившие опыт управленческой работы в других сферах управления: пришедшие из производства, из государственных органов управления, имеющие опыт работы в бизнес-структурах. Они воспроизводят опыт, нормы и навыки управления, существующие в этих сферах, приспосабливая или не приспосабливая их к задачам муниципального управления. В органах муниципального управления есть значительное число сотрудников, не имеющих отчетливого профессионального интереса, попавшие в органы муниципального управления по мотивам иметь престижную работу, а также не нашедшие себя в других сферах деятельности. Органы муниципального управления представляют замкнутые системы с сильными социальными, а не профессиональными связями и отношениями. Их работники ориентированы, в первую очередь, на нормы и ценности корпоративной культуры, а не на эффективное управление [1].

Основная цель всех органов местного самоуправления — повышение благосостояния жителей муниципального образования, а муниципального управления — решение вопросов обеспечения жизнедеятельности населения и удовлетворения конкретных потребностей. Ничего из этого нельзя будет добиться, если кадровый состав муниципальных служащий будет состоять из рабочих, которые не понимают своих обязанностей.

Под подбором кадров понимается определение психологических и профессиональных качеств претендентов из резерва с целью определения их соответствия на подходящую работу.

При подборе кадров на муниципальную службу следует рассматривать потенциальные возможности будущих работников, которые должны включать в себя определенный объем общих и специальных знаний, профессиональные навыки и умения, обеспечивающие способность к исполнению службы, уровень их сознания и ответственности.

Изучив и проработав данный вопрос, можно сделать следующие выводы, по совершенствованию приема на работу муниципальных служащих:

- установить четкие требования и критерии для отбора персонала;
- разработать положения и инструкции, регламентирующие работу в области подбора и отбора кадров;

- проанализировать существующую систему мотивации кадров;
- координировать отношение внутреннего и внешнего привлечения персонала;
- выбор методов, на основании которых будет проводиться отбор кадров.

Эффективная работа кадровых служб также является главным условием улучшения системы кадрообеспечения. Отдел по подбору кадров должен в полной мере дать соответствующую оценку профессиональным и психологическим качествам подбираемого персонала.

В настоящее время существует множество предложений от учебных заведений по обучению муниципальных служащих. Должно больше уделяться внимания подбору персонала на муниципальную службу, а критерии и методы подбора и отбора персонала должны быть более жесткими, для создания единой системы управления. При выборе квалифицированных специалистов, владеющих достаточным объемом знаний и навыков в данной специальности, можно достигнуть качественной и сложенной системы работы муниципальных органов.

Человеческий ресурс так организованной системы управления невысок и очень легко исчерпывается: даже незначительное усложнение задач, требующих решения, наталкивается на резкую нехватку кадров, способных справиться с задачами.

В лучшем случае, на постановку и решение управленческих задач ориентирована группа высших руководителей, составляющая «команду» первого лица и стремящаяся к каким-то улучшениям в городе. Но и в этих критических условиях работа с персоналом ведется не на профессиональной, а на социальной или социально-корпоративной основе [4]. Наращивание качества персонала в органах муниципального управления не может быть следствием выполнения формальных процедур или осуществляться за счет внешних по отношению к организации процессов, как то: повышения качества образования в стране, качества разрабатываемых вузами программ повышения квалификации и переквалификации. Руководители органов муниципального управления часто не рассматривают положение вещей с персоналом как ситуацию, с которой необходимо работать системно, продолжая двигаться в логике индивидуального поиска «ключевых фигур».

Для изменения ситуации с человеческими ресурсами муниципальной службы необходимо осмысление организационных принципов, на которых строится деятельность органов муниципального управления, применение организационных технологий, которые позволяют работать с органами муниципального управления как с организациями. Несомненно, специфика органов местного самоуправления высокоинтеллектуальная организация. Поэтому целесообразно, на наш взгляд, органам местного самоуправления брать на вооружение современные технологии работы с кадрами, активно начинающие использоваться сегодня в наиболее продвинутых бизнес-организациях, основанных на знаниях. Такие организации делают сегодня ставку на специфическое конструирование коммуникативного пространства, обеспечивающего единство организации в достижении общей цели. Основу такого пространства может составлять внутренняя корпоративная социальная сеть.

Корпоративные социальные сети — это не собственно социальные сети, а сервисы, которые заимствованы из социальных сетей и которые могут быть использованы для корпоративных целей. Эти сервисы позволяют участникам корпоративной сети создавать свои профили, связываться с другими участниками сети в виртуальном пространстве, присоединять третьих лиц к своей сети, выходя на них через своих адресатов, посылать сообщения, фотографии, любой другой контент. Сервисы позволяют проводить опросы, использовать «лайки», внедрять элементы геймификации [2].

Сегодня опыт использования социальных сетей для общения и получения информации присутствует у большинства сотрудников любой организации, и он может быть использован в организационных целях для профессионального развития персонала, для внутриорганизационного общения и взаимодействия, формирования баз знаний. Внутренняя корпоративная социальная сеть — альтернатива классическому корпоративному сайту с его

централизованной структурой, формальными коммуникациями, направленными «сверху вниз». Корпоративная социальная сеть ориентируется на установление содержательных связей между сотрудниками организации: люди, занимающиеся той или иной проблемой, имеют возможность в свободной форме запросить профессиональную информацию, мнение коллег по проблеме и получить искомое.

Формируется живая база знаний, происходит поиск экспертов и быстрых ответов на вопросы, идет групповая профессиональная работа. Налаживается прямой диалог между сотрудниками, достигается быстрота отклика, происходит сбор предложений, появляется возможность тестирования новой идеи в некой фокус-группе. Сокращается время на поиск контактов/документов. Облегчается общение сотрудников друг с другом и руководителями. Все внутренние взаимодействия предназначены исключительно для решения рабочих вопросов. Публиковать материалы могут все сотрудники, участие модератора в отборе сообщений сведено к нулю, поэтому формируется большой объем контента, составляющий реальную базу знаний организации [5].

Одним из безусловных плюсов сети является возможность оперативного информирования всех сотрудников о том или ином мероприятии, изменениях в законодательстве, принятых решениях по ключевым вопросам. Сеть дает возможность организовывать видеоконференцию, совещание.

Пользовательский профиль содержит информацию о том, над какой проблемой работает специалист сегодня, какие мероприятия собирается посетить, отмечаются достижения. Цель создания внутренней социальной сети – формирование активной, мотивированной сотрудников, которая разделяет единые команды руководствуется принципом взаимопомощи при решении управленческих задач. Внутренняя социальная сеть позволяет сократить время на решение рабочих задач, создать единый сплоченный коллектив, внедрить систему мотивации (бонусы и поощрения), быстрее адаптировать новых сотрудников, оперативно выявлять конфликты внутри организации. Опытные сотрудники мотивированы к участию посредством экспертных рейтингов: чем больше коллег обращается к эксперту с вопросами, оставляет комментарии и «лайки», тем выше его статус в компании и профессиональное признание. За добавление сообщений по полезным темам сотрудники зарабатывают очки и поднимают свой рейтинг.

При этом элементами геймификации могут быть очки, бейджи, уровни, квесты, многим увлекающимся видеоиграми они известны как PBLs (points, badges, leaderboards). В корпоративной среде геймификация существует уже достаточно долго. Соревнование заводских участков за самую высокую производительность труда, переходящее знамя, знаки отличия, почетные грамоты - все эти инструменты, активно использовавшиеся в СССР, тоже своего рода геймификация.

Игра, при условии, что она умело и хорошо сконструирована — это достаточно сложный и многогранный инструмент, способный оказать существенное влияние на человеческую мотивацию. Необходимость в применении геймификации в управлении возникла в силу того, что мотивационные установки и способы устарели и зачастую не срабатывают. Даже применение метода «кнута и пряника» далеко не всегда приносит желаемый эффект. Также до определенного предела действуют денежное вознаграждение, статус и страх наказания.

За счет этих элементов геймификации организация может направлять общение в полезное русло: сбор идей, голосование за идеи. Корпоративная социальная сеть — это эффективный способ обмена знаниями. В идеале ее полноценное использование дает реальную экономию на обучении. Она обеспечивает персоналу возможность самообучения, но для того чтобы превратить корпоративную сеть в эффективный инструмент, одного внедрения недостаточно. Руководству нужно активно поддерживать ее развитие, не только декларируя сеть, но и участвуя в ней. Сеть уменьшает статусный разрыв между руководителями и подчиненными.

Геймификация в муниципальном управлении — новейшее слово последних десяти

лет.

Организовать и внедрить геймификацию просто и в то же время очень сложно. При точной постановке задачи команда программистов и дизайнеров способна создать превосходный продукт практически к любому HR-проекту в краткие сроки. Все же, одно лишь внедрение в программу игровых элементов еще не гарантирует того, что она будет эффективной. К сожалению, игра вполне может стать очередной скучной «обязаловкой». А что если все накопленные баллы игрока - лишь цифры в рейтинге, на которые никто, кроме самого работника, не обращает внимания? Дело не в призах и благодарственных грамотах, которые обычно предлагают за полученные в виртуальном пространстве баллы.

Отдельные бизнес-процессы уместно геймифицировать, другие - невыполнимо, так как это препятствует работе. В этой связи менеджеру по персоналу, желающему использовать данный инструмент в работе, необходимо заблаговременно скрупулезно проанализировать возможности его использования.

В действительности, до обсуждения технического задания на разработку игры необходимо написать стратегию внедрения проекта геймификации: подвергнуть анализу процессы управления, определить уместность привнесения в них игрового и соревновательного элемента; обозначить диапазон задач для каждого игрока или команды в целом; установить потенциальную степень влияния игроков на управленческий процесс, поддерживает ли игра, существующий процесс или учит модифицировать поведение; перечислить все измеримые параметры, по которым вы будете собирать информацию о поведении игроков.

Брайн Бэррингер считает, что у геймификации в корпоративном сегменте есть значительное будущее, поскольку ее методы позволяют свободно привлекать сотрудников к определённым моделям поведения.

Игры проекта мотивируют и побуждают соревноваться и, что существенно, могут быть без труда подключены к текущим корпоративным порталам. В качестве поощрения игроки зарабатывают виртуальные «пряники», которые при желании фирмы могут трансформироваться в настоящие призы [6].

Возможности геймификации дают изменение поведения сотрудников, получение новых навыков и создание инноваций в муниципальном управлении. Это происходит, в первую очередь, в связи с привнесением в игру соревновательной составляющей. Тем не менее соревнование должно быть уместно на данном этапе работы. Подавляющему большинству сотрудников покажется сомнительной перспектива поработать лучше/выше/ дольше всех, заработав за это баллы в некой турнирной таблице.

Следовательно, осмысление геймификации не должно сводиться только лишь к соревновательно-призовой модели. Геймификация — это вовлечение в игру, живое общение с игроком, приятная атмосфера взаимодействия. Так, существует, ежегодный мониторинг службой персонала зарплат на рынке — работа рутинная, но в ней по причине конфиденциальности отсутствует возможность игрового сопровождения.

А как быть если тем же сотрудникам нужно упаковать документы для переезда в новый офис? В данную работу будет полезно включить и легкий соревновательный, и развлекательный элементы, получится как минимум замотивировать работников и улучшить микроклимат в коллективе.

Сегодня набирают популярность такие примеры геймификации, как проведение опросов на странице компании, верные ответы в которых поощряются баллами и рейтингами.

Дополнительно присваивается определенный уровень мастерства игрокам, которые верно ответили на вопросы приложения. Отдельные коммерческие организации предоставляют возможность игрокам, прошедшим опросы, обменять призовые баллы на продукцию фирмы, что, безусловно, повышает лояльность сотрудников. Игры дают широкий спектр возможностей для оптимизации времени и бюджета в массовом подборе, обучении и развитии персонала.

Основным минусом внутренней социальной сети является ее «цензурная» составляющая.

Все сотрудники априори знают, что их статусы, тексты и фотографии могут быть просмотрены руководством. Поэтому если общение и генерируется умелыми внутренними модераторами компании, искренности и выражения реальных настроений в нем, как правило, не много [7].

Создание внутренней социальной сети означает появление в организации открытого пространства для обсуждения новостей и различных вопросов, это повышает открытость организации, что в случае с органами муниципального управления представляется непривычным и наталкивается на сопротивление.

Одна из сложностей, с которой сталкивается использование в муниципальном управлении инструментов и технологий, разработанных в других сферах управления, связана с тем, что муниципальное управление содержит в себе ряд специфических характеристик принципиально отличающих его от производственного управления и бизнеса, где, в первую очередь, и нарабатываются эти инструменты и технологии. Для того, чтобы использоваться в муниципальном управлении, они должны пройти серьезную адаптацию, часто, по сути дела, означающую разработку их заново. Вероятно, такой же путь предстоит пройти и такому инструменту, как внутренняя корпоративная социальная сеть, прежде чем быть внедренным в практику муниципального управления.

Природа муниципального управления двойственна: с одной стороны, органам муниципального управления свойственна самостоятельность позиций в принятии решений, способность организовать деятельность, ответственность за результаты деятельности. С другой стороны, о муниципальном управлении говорят как муниципальной службе, отсылая к идее служения, ограничивая претензии на самостоятельность, акцентируя смысл деятельности по команде сверху.

Очень часто самостоятельными фигурами в муниципальном управлении являются только его высшие руководители, и то, порой, условно, если посмотреть шире и проанализировать весь расклад сил и влияний в муниципальном образовании. Также в своих корнях понятие «служба» содержит в себе смысл служения не столько вышестоящему руководству, сколько имеющему общественное значение и ценность. В этом ключе важно взаимодействие органов муниципального управления с населением и ключевыми субъектами муниципального сообщества.

Внутреннюю корпоративную социальную сеть органам муниципального управления целесообразно интегрировать с сетью сообщества «население, ключевые субъекты городского сообщества». Возможна третья составляющая сети - система, интегрирующая все это с внешними социальными сетями веб-пространства Рунета. Эта система разработана для решения задач бизнес-организаций, она умеет подслушивать то, что говорят об организации в Twitter, Facebook, Google alerts, любых блогах, форумах, фото и видеосайтах. Разработка такой системы для органов муниципального управления, позволяющей делать контентанализ сетевых источников, является актуальной задачей.

Список литературы

- 1. Аблаев, И.М. Зарубежный опыт государственно-частного партнерства в инновационной сфере [Текст] / И.М. Аблаев // Экономические науки. 2012. № 96. С. 197-201.
- 2. Носков, И.А. Инновационные стратегии вуза [Текст] / И.А. Носков, Н.В. Соловова // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2012. № 5 (96). С. 51 56.
- 3. Пизенгольц, В.М. К проблеме теоретического аспекта категории «инновация» в экономических исследованиях [Текст] / В.М. Пизенгольц // Международный научный журнал. 2015. № 1. С. 37 43.

- 4. Попов, В.В. Методологические особенности периода транзита в догоняющем государстве [Текст] / В.В. Попов, В.А. Тимофеенко // Фундаментальные исследования. 2015. № 2-25. С. 5743 5747.
- 5. Фещенко, В.В. Барьеры развития инновационной деятельности в современных экономических условиях [Текст] / В.В. Фещенко // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3. С. 236.
- 6. Фещенко, В.В. Многофункциональные центры как эффективный механизм развития деловых коммуникаций в государственной и муниципальной службе [Текст] / В.В. Фещенко // Сборник научных трудов Всероссийской молодежной научно-практической конференции «Моделирование в менеджменте и маркетинге: проблемы и пути решения». Уфа: Аэтерна, 2017. С. 64 66.
- 7. Фещенко, В.В. Совершенствование управления инновационным потенциалом персонала [Текст] / В.В. Фещенко // Социально-экономическое развитие союзного государства в условиях глобализационных процессов : Материалы международной научно-практической конференции / Под ред. С.Л. Ложкиной, Г.А. Куликовой. Брянск: Ладомир. 2016. С. 265 269.

Сведения об авторе

Фещенко Валентина Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и управления финансово-экономического факультета Брянского государственного университета им. акад. И.Г. Петровского, fetschenko-val@mail.ru.

UDK 66.3

IMPROVING COMMUNICATION IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN MUNICIPAL ADMINISTRATION

V. V.Fetschenko

Federal state budgetary educational institution of higher education «Bryansk state University named after Acad. I. G. Petrovsky»

The article discusses the creation of a corporate social network based on gamification as a communicative factor for the increase of efficiency of activity of bodies of municipal management.

Key words: personnel, municipal management, personnel management, gamification, enterprise social network.

References

- 1. Ablaev, I.M. Zarubezhnyiy opyit gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v innovatsionnoy sfere [Tekst] / I.M. Ablaev // Ekonomicheskie nauki. 2012. № 96. S. 197-201.
- 2. Noskov, I.A. Innovatsionnyie strategii vuza [Tekst] / I.A. Noskov, N.V. Solovova // Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya. 2012. № 5 (96). S. 51 56.
- 3. Pizengolts, V.M. K probleme teoreticheskogo aspekta kategorii «innovatsiya» v ekonomicheskih issledovaniyah [Tekst] / V.M. Pizengolts // Mezhdunarodnyiy nauchnyiy zhurnal. 2015. 3 1. S. 37 43.
- 4. Popov, V.V. Metodologicheskie osobennosti perioda tranzita v dogonyayuschem gosudarstve [Tekst] / V.V. Popov, V.A. Timofeenko // Fundamentalnyie issledovaniya. 2015. № 2-25. S. 5743 5747.
- 5. Feschenko, V.V. Bareryi razvitiya innovatsionnoy deyatelnosti v sovremennyih ekonomicheskih usloviyah [Tekst] / V.V. Feschenko // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo

universiteta. - 2012. - № 3. - S. 236.

- 6. Feschenko, V.V. Mnogofunktsionalnyie tsentryi kak effektivnyiy mehanizm razvitiya delovyih kommunikatsiy v gosudarstvennoy i munitsipalnoy sluzhbe [Tekst] / V.V. Feschenko // Sbornik nauchnyih trudov Vserossiyskoy molodezhnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Modelirovanie v menedzhmente i marketinge: problemyi i puti resheniya». –Ufa: Aeterna, 2017. S. 64 66.
- 7. Feschenko, V.V. Sovershenstvovanie upravleniya innovatsionnyim potentsialom personala [Tekst] / V.V. Feschenko // Sotsialno-ekonomicheskoe razvitie soyuznogo gosudarstva v usloviyah globalizatsionnyih protsessov : Materialyi mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii / Pod red. S.L. Lozhkinoy, G.A. Kulikovoy. Bryansk: Ladomir. 2016. S. 265 269.

Authors' information

Fetschenko Valentina Vladimirovna – the candidate of pedagogical Sciences, associate professor of the Department of Economics and management Federal state budgetary educational institution of higher education «Bryansk state University named after Acad. I.G. Petrovsky», fetschenko-val@mail.ru.

УДК 332.1

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ БИЗНЕС-СТРАТЕГИЙ В ТЕЛЕВЕЩАТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

А Н Фомина

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье рассматриваются проблемы цифровой трансформации бизнес-стратегий в современной телевизионной индустрии. Приведены примеры цифровых бизнес-стратегий и их характерные особенности *Ключевые слова:* телевизионная индустрия, инновационные технологии, цифровая трансформация, стратегия, бизнес-модель, конкурентоспособность.

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий в медиаотрасли способствует внедрению инновационных процессов в сферу телевещательной индустрии. Большинство зарубежных и отечественных исследователей (Е.Л. Вартанова [1], В.Л. Иваницкий [2], А. Альбарран [3], Дж. Дойл [4], Р. Пикар [5]) к числу важнейших процессов, происходящих в сфере медиа, в том числе, и в телеиндустрии, относят цифровизацию, конвергенцию, глобализацию, мультимедиатизацию.

Процесс цифровой трансформации (digital transformation) в сфере телевещательной индустрии приводит к существенным изменениям на всех этапах производственной деятельности - от производства телеконтента до его доставки потребителю и самого процесса телепотребления. С нашей точки зрения, цифровизация в сфере телевещательной индустрии коренным образом влияет на изменение технологий, конкурентной среды и потребительского спроса. Возрастающая конкуренция на медиарынке, изменение поведения потребителей, цифровые технологии полностью меняют стратегию деятельности телекомпаний и существующие бизнес-модели.

К традиционным бизнес-моделям медиа ученые относят:

- бизнес-модель, основанную на финансировании через рекламу;
- бизнес-модель, основанную на потребительском финансировании;
- смешанную бизнес-модель, основанную на финансировании через рекламу и потребительское финансирование [1].

Опираясь на традиционные бизнес-модели, телевещательная индустрия начинает развивать инновационные бизнес-модели и выявлять основные стратегии повышения их эффективности. В частности, исследователи медиабизнеса считают, что цифровая стратегия, как часть бизнес-модели, позволяет выявлять, формулировать и реализовывать цифровые возможности для усиления конкурентных преимуществ [6]. К тому же следует отметить, что при разработке новых бизнес-моделей, необходимо, в первую очередь, сосредоточить внимание на ценностях потребителей, на исследовании их потребностей. Данный клиентоориентированный подход позволяет выявить те механизмы прибыли, которые обеспечат конкурентоспособность бизнес-модели «будь то новая система распределения продукта или, возможно, другой производственный подход» [6].

Анализ научной литературы свидетельствует о том, что поведение потребителей в условиях цифровизации характеризуется нелинейностью потребления, интерактивностью, возможностью выбирать медиаплатформу, канал, время и место доступа к телеконтенту и др. Поэтому сегодня важными индикаторами цифрового телепотребления являются время, внимание, деньги, доступ к контенту, техническое устройство, потребность в уникальном контенте [5, 6].

Следовательно, телеменеджерам при разработке цифровых бизнес-стратегий необходимо получить ответы на вопросы:

1. Каким временным ресурсом располагает потребитель на потребление контента и когда он готов потратить это время?

- 2. Какой контент выбирает потребитель?
- 3. За какой контент и сколько готов платить потребитель?
- 4. Какие способы доступа к контенту предпочитает потребитель?
- 5. Есть ли потребность у потребителя получать персонализированный контент? [2]

Анализ полученных ответов на приведенные вопросы и дополнительных медиаметрических данных позволяет сделать выводы об особенностях медиапотребления аудитории и обоснованно сформулировать цифровую бизнес-стратегию телекомпаний.

Опираясь на исследования ученых [6, 5, 7, 8] рассмотрим более подробно возможные цифровые бизнес-стратегии, которые можно реализовать на основе индикаторов телепотребления (Таблица 1).

Таблица 1 - Цифровые бизнес-стратегии на основе индикаторов телепотребления

	Наименование бизнес-	Характерные особенности
№	стратегии (модели)	бизнес-стратегии
1.	Модель отключения рекламы	- оплата отключения рекламных роликов и баннеров при просмотре телеконтента, в мобильных приложениях, в онлайн-архивах телепередач
2.	Модель по запросу (The On-Demand Model)	 регулярная подписка на просмотр или подписка на разовый просмотр определенного контента предоставление быстрого доступа к определенному телеконтенту предоставление услуги составления индивидуальной программы просмотра телеконтента
3.	Модель рыночной площади	- размещение на платформах цифровых рынков (eBay, iTunes App Store и др.) различного телеконтента, предоставляемого потребителям на платной основе (регистрация, комиссия)
4.	Модель рекламной поддержки	- обязательный просмотр потребителем рекламного ролика при свободном доступе к контенту
5.	Модель А-ля карт («сам себе пакет»)	 индивидуальная подписка на просмотр того набора продуктов, который привлекает внимание потребителей возможность выбора тематического пакета каналов или каждого отдельного канала по подписке
6.	Краудфандинг и Общественная модель	- готовность пользователей инвестировать свои деньги и время в конкретный телеканал, контент которого привлекает особое внимание аудитории (добровольные пожертвования, покупка символической продукции с рекламной информацией и др.)
7.	Бесплатная модель	- предоставление всех своих сервисов на бесплатной основе в обмен на персональные данные пользователей
8.	Цифровая подписка	- подписка на доступ к определенной базе телепродуктов и сервисных услуг - бонусные предложения: снижение цены при оплате большого периода подписки, бесплатное тестирование подписки до 3х месяцев и др.
9.	Модель гипермаркета (ресейлеры)	 продажа контента на популярных платформах ниже средней цены за счет глобальной репутации и большой проходимости предоставление потребителям специальной подписки с дополнительными скидками и возможность участия в акциях
10.	Модель пирамиды	- предоставление контента через определенные технические устройства или программное обеспечение, формируя перекрестную рекламу с определенной компанией или сервисом
11.	Модель экосистемы	- создание вокруг определенного типа устройств, которыми пользуются потребители, технологической экосистемы, ограничивающей возможности доступа к сервисам других компаний, что позволяет устанавливать завышенные цены
12.	Мультиэкранная модель	- распространение мультимедийного контента в формате одного проекта на разных платформах (от эфирного телевидения до персонального смартфона) - обращение к потребителю через все используемые им одновременно технические устройства
13.	Персонализированная реклама	- предоставление пользователю персонализированной рекламы в рамках любого телепроекта
14.	Модель уникального опыта	- предоставление потребителю возможности потреблять и создавать уникальный контент, а также дополнительно получать уникальные услуги
15.	«Фримиум»	- предоставление основного контента на бесплатной основе, а также дополнительные услуги (материалы, обновления, функции) по подписке

Как видим, инновационные процессы, происходящие в сфере телевещательной индустрии оказывают существенное влияние на бизнес-стратегии телекомпаний. Разработка и выявление новых бизнес-стратегий и бизнес-моделей становится одной из важнейших задач современной телеиндустрии. По мнению специалистов, при поиске новых стратегических решений и выборе бизнес-моделей, необходимо, в первую очередь, учитывать основные драйверы цифровой трансформации: развитие цифровых технологий, изменение потребительского спроса и трансформация конкуренции [9].

Таким образом, в условиях цифровой трансформации телевизионные менеджеры разрабатывают новые бизнес-стратегии, которые направлены на выявление и реализацию цифровых преимуществ, позволяющим телекомпаниям усилить свои конкурентные преимущества.

Список литературы

- 1. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс. 2003
- 2. Иваницкий В.Л. Бизнес-концепция масс-медиа: природа, содержание, стратегии реализации // Медиаскоп. 2009. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/node/449
- 3. Albarran (ed.) (2016) Handbook of Media Management and Economics. London: Routledge.
- 4. Doyle G. (2013) Understanding Media Economics. London, GBR: SAGE Publications Ltd.
- 5. Picard R. (2011) Mapping digital media: digitalization and media business models. Open Society Foundations. URL: https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/digitization-media-business-models-20110721.pdf
- 6. Вьюгина Д.М. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/2233
- 7. Marsden P.Dr. (2015) The 10 business models of digital disruption (and how to respond to them). Digital Intelligence Today, 26 August. URL: http://digitalintelligencetoday.com/the-10-business
- 8. Молчанова А.К., Хрысёва А.А. Будущие бизнес-модели: монетизация цифрового развлекательного контента в России // Инновации в науке: сб. ст. по матер. XVIII междунар. науч.-практ. конф. Часть II. Новосибирск: СибАК, 2013. URL: http://sibac.info/conf/innovation/xviii/32122
- 9. King H. (2013) What is digital transformation? The Guardian. 21 November. [Электронный ресурс] URL: http://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2013/nov/21/digital-transformation

Сведения об авторе

Фомина Александра Николаевна - аспирант кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени И.Г. Петровского

UDK 332.1

THE INFLUENCE OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE TRANSFORMATION OF BUSINESS STRATEGIES IN THE BROADCASTING INDUSTRY

A.N. Fomina

Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky

The article deals with the problems of digital transformation of business strategies in the modern television industry. The examples of digital business strategies and their characteristics are given.

Keywords: television industry, innovative technologies, digital transformation, strategy, business model, competitiveness.

References

- 1. Vartanova E.L. Mediaekonomika zarubezhnyih stran. M.: Aspekt Press. 2003
- 2. Ivanitskiy V.L. Biznes-kontseptsiya mass-media: priroda, soderzhanie, strategii realizatsii // Mediaskop. 2009. Vyip. 4. URL: http://www.mediascope.ru/node/449
- 3. Albarran (ed.) (2016) Handbook of Media Management and Economics. London: Routledge.
- 4. Doyle G. (2013) Understanding Media Economics. London, GBR: SAGE Publications Ltd.
- 5. Picard R. (2011) Mapping digital media: digitalization and media business models. Open Society Foundations. URL: https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/digitization-media-business-models-20110721.pdf
- 6. Vyugina D.M. Tsifrovyie strategii mediabiznesa v usloviyah izmenyayuschegosya mediapotrebleniya // Mediaskop. 2016. Vyip. 4. URL: http://www.mediascope.ru/2233
- 7. Marsden P.Dr. (2015) The 10 business models of digital disruption (and how to respond to them). Digital Intelligence Today, 26 August. URL: http://digitalintelligencetoday.com/the-10-business
- 8. Molchanova A.K., HryisYova A.A. Buduschie biznes-modeli: monetizatsiya tsifrovogo razvlekatelnogo kontenta v Rossii // Innovatsii v nauke: sb. st. po mater. XVIII mezhdunar. nauch.prakt. konf. Chast II. Novosibirsk: SibAK, 2013. URL: http://sibac.info/conf/innovation/xviii/32122
- 9. King H. (2013) What is digital transformation? The Guardian. 21 November. [Elektronnyiy resurs] URL: http://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2013/nov/21/digital-transformation

Author's information

Fomina A.N. - post-graduate Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, waldsteinia@yandex.ru

УДК 330.322

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА: СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ, МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ

О.М. Михалева, Н.Н. Шевень

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье рассмотрены теоретические аспекты инвестиций и региональной инвестиционной деятельности, выделены уровни управления инвестиционным развитием территории, представлены основные методы управления инвестиционной деятельностью региона.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная деятельность региона, управление инвестиционной деятельностью региона.

Инвестиционная деятельность является наиболее проблемной областью становления экономики Российской Федерации в целом, так и большинства ее регионов. В качестве реальной меры продуктивности рыночных реформ выступают их экономические и социальные результаты, которые получают непосредственно в регионах. В российской экономике сохраняется и углубляется проблема неравномерности развития регионов, а эффективные регуляторы сосредоточения и перелива инвестиционных ресурсов являются несовершенными. В связи с этим не только депрессивные, но и достаточно благополучные субъекты России сильно нуждаются не только в глобальных инвестициях, но и в результативных схемах координации инвестиционной деятельности, которые учитывают местные условия хозяйствования и мобилизуют имеющийся в регионе потенциал. В сложившихся условиях актуализируется проблема применения современных управленческих подходов к реализации инвестиционной деятельности на микро- и макроуровне [2].

Понятие «инвестиция», которое представляет собой основную составляющую инвестиционной деятельности, заимствовано русским языком и происходит от латинского слова «investire», что в переводе обозначает «облачать», «одевать». На сегодняшний день не существует «идеального» и всеобъемлющего толкования исследуемого понятия. В разных отраслях практической деятельности и разных разделах финансово-экономической дисциплины, его интерпретация имеет свои характерные черты.

Согласно Федеральному закону РФ №39-ФЗ от 25 февраля 1999 г. «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» представлено следующее определение инвестициям: «...инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта».

Большинство ученых основы определения понятия «инвестиции» берут на вооружение из названного выше федерального закона. Однако многие отечественные исследователи дают авторское определение инвестиций. Так, например, В.В. Бочаров и Р.Г. Попова под инвестициями подразумевают вложения только в предпринимательские объекты, и из представленного ими определения непонятно, будут ли считаться инвестициями вложения в человеческие ресурсы или объекты социальной сферы. Отечественный исследователь В.И. Машкин в своих научных трудах, пытаясь дать определение понятию «инвестиции», рассматривает их как «долгосрочное вложение капитала в какое-либо предприятие», но он не говорит о том, что инвестору необходимо получить какой-либо положительный результат от данных вложений. Многие авторы под инвестициями понимаю только долгосрочные вложения, однако, С.Е. Сухиновой, в ее монографии, изложено мнение о том, что инвестиции могут иметь так же и краткосрочный характер.

Наиболее полное определение инвестиций, относительно региональной

инвестиционной системы, дано В.В. Спицыным. Итак, инвестиции на уровне регионов — это «денежные ресурсы и иные ценности, которые вкладываются в объекты предпринимательской и иной деятельности для получения дохода (или пожительного эффекта) как субъектом хозяйствования, который непосредственно осуществляет инвестирование (инвестором), так и всей системой региона».

По своему экономическому содержанию понятие инвестиционная деятельность шире, чем инвестиции. В настоящее время существует огромное количество взглядов на его трактование, но, как и в случае с инвестициями, большинство определений не до конца раскрывают сущность данного понятия [3].

К примеру, такие ученые как, Е.Б. Стародубцева, Б.А. Райзберг и Л.Ш. Лозовский, под инвестиционной деятельностью понимают «вложение денежных средств, инвестирование; совокупную деятельность по вложению материальных ресурсов и иных ценностей в проекты, а также обеспечение эффекта от вложений», не уточняя, в чем и как будет выражен данный положительный эффект. Определение инвестиций, которое дает Л.Л. Игонина, так же невозможно считать полным, так как она отождествляет инвестирование с инвестиционной деятельностью: «Инвестиционная деятельность (инвестирование) является процессом трансформации инвестиционных ресурсов во вложения».

Вновь основываясь на многоуровневом подходе, допустимо привести еще одну трактовку инвестиционной деятельности, которая относится к инвестиционной системе региона: инвестиционная деятельность региона представлена аккумулированием субъектами инвестиционной деятельности средств инвестиций, а так же их рефинансирование в объекты инвестирования, которые расположены на территории региона, а в случае возникновения необходимости, управление данным процессом со стороны владельцев инвестиционных ресурсов и региональных органов власти Российской Федерации. Данное определение акцентирует внимание на том, что инвестиционная деятельность региона обязана быть реализована не только в интересах самого инвестора, но и в интересах всей экономической и социальной системы региона.

В процессе изучения различных источников, можно прийти к выводу, что наиболее оптимальным для применения в практической деятельности все же является официальная трактовка инвестиционной деятельности, которая представлена в РФ №39-ФЗ от 25 февраля 1999 г. «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»: «Инвестиционная деятельность — вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта», потому что в данном определении отражен механизм движения инвестиций, от их вложения вплоть до получения необходимого результата.

На объемы и результаты использования инвестиций существенное влияние оказывает государственное управление, посредством активного воздействия на факторы и условия инвестиционной деятельности.

Сегодня главным фактором развития экономики любого региона и национальной экономики в целом является инвестиционная деятельность. Доказательством данного суждения может служить тот факт, что в Европейском Союзе (ЕС) в качестве обязательного условия успешного развития экономики принимается во внимание именно формирование и реализация инвестиционной политики региона.

Эффективная инвестиционная политика может способствовать облегчению структурной перестройки экономики, уменьшению масштабов безработицы, росту ВНП, сохранению наукоемких производств и ускорению интеграции России в группу развитых стран.

В последнее время, в результате теоретических дискуссий и общественного принятия новых идей по технологическому и инновационному развитию страны, важность региона как территориальной экономической единицы существенно увеличилась. Для обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, экономического роста, внедрения новых технологий, роста уровня жизни населения необходим постоянный приток трудового,

материального и финансового ресурса. Данное условие выполнимо лишь при оптимальной инвестиционной политике региона.

Инвестиционная деятельность должна подчиняться общим задачам развития как экономики страны в целом, так и региона. Вследствие этого, для осуществления управления инвестиционной деятельностью, государство разрабатывает и утверждает инвестиционную политику, которая определяет цели и важнейшие направления инвестиционной деятельности [4].

Сегодня, формирование инвестиционной политики невозможно без разработки эффективной инвестиционной стратегии региона, которая даст уверенность инвестору в форме гарантированного минимума поступления денежных средств при определенном уровне риска и обязательств региональных властей. В связи с этим потенциальных инвесторов волнует вопрос состояния инвестиционного климата региона, который включает в себя его инвестиционный потенциал и уровень инвестиционных рисков.

Следовательно, для инвесторов при выборе объектов для вложения капитала очень важна оценка инвестиционного рейтинга региона на основе данных групп показателей. Оценка региональной инвестиционной привлекательности требуется также для анализа инвестиционных процессов в регионе, включающих в себя совокупность таких факторов как: политические, социально-экономические, финансовые, социально-культурные, организационно-правовые и географические, которые способны привлечь инвесторов.

Для того, чтобы оценить инвестиционную привлекательность региона, необходимо аргументирование двух его составляющих: инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. Инвестиционный потенциал — это показатель привлекательности региона, который представляет собой группу объективных условий и предпосылок для инвестирования (наличие потребительского спроса, значимость инвестиционных предложений, нынешняя экономическая ситуация в регионе, особенности налогообложения, разнообразие объектов инвестирования и другие). Инвестиционный риск — это возможность возникновения внезапных финансовых потерь в процессе инвестиционной деятельности [7].

Обычно, инвестиционная привлекательность указывает на наличие условий инвестирования, влияющих на предпочтения инвестора при осуществлении выбора того или другого объекта для вложения инвестиций. Объектом инвестирования может выступить как отдельный проект, так и предприятие, общество, город, регион, а так же страна в целом. Несложно выделить то, что их объединяет - это собственный бюджет и собственная система управления. Объект отдельного уровня и его инвестиционная привлекательность имеет собственный набор важных характерных черт, но регион в этом списке занимает особое значение: благодаря особенностям у него есть своя специфика, но, наряду с этим, в силу целостности структуры он не представляет уникальности. Именно эта характерная черта позволяет сопоставлять регионы между собой.

Управление инвестиционным развитием территории реализуется на государственном и корпоративном уровнях [6].

Уровень государства и региона представляют собой макроуровень управления инвестиционным развитием территории.

Уровень конкретного предпринимательского субъекта относится к микроуровню управления. Корпоративный уровень включает следующие элементы механизмов регулирования:

- государственное регулирования рыночных процессов;
- правовое регулирование различных процессов;
- правовое регулирование предпринимательства;
- социальное регулирования и др. [2].

К структуре методов, которые реализуются на макроуровне управления инвестиционным развитием территории, относятся:

1. Методы планирования. Данная группа методов включает методы, предусматривающие проведение планово-исследовательских работ, которые предшествуют

социально-экономическому развитию территории. Данные методы стимулирующее развитие определенных отраслей, регионов, отдельных видов деятельности, что в свою очередь, стимулирует разработку инвестиционных и инновационных программ и проектов, которые направлены на решение острых социально-экономических проблем. Например, осуществление государственной поддержки отраслей сельскохозяйственного производства в целях увеличения его объемов и повышения уровня занятости сельского населения заключается в увеличении инвестиций в сельскохозяйственную отрасль что позволяет расширить возможность эффективного развития экономики. сельскохозяйственных предприятий [4].

- 2. Методы экономического стимулирования. Посредством данной группы методов государство осуществляет стимулирующее развитие приоритетных отраслей и способствует увеличению выпуска их продукции, а также развитию инвестиционно-инновационной деятельности, что, в свою очередь, стимулирует развитие регионов в целом и отдельных хозяйствующих субъектов в частности.
- 3. Правовые методы. Данная группа методов оказывает регулирующее воздействие посредством методов прямого администрирования, правовой регламентации конкретных видов деятельности и системы государственных стандартов. В определенных случаях инвестиции целевого назначения, выделенные регионам или отдельным региональным предпринимательским структурам, должны быть возвращены государству в случаях неэффективного выполнения договорных работ или нарушения других договорных условий.
- 4. Методы социального регулирования. Данная группа методов оказывает влияние на инвестиционное развитие региона, его инфраструктуру посредством общественных движений и неправительственных организаций. Причем данное влияние может способствовать как стимулированию развития, так и препятствовать ему [5].
- 5. Методы политического регулирования. Данная группа методов оказывает влияние развитие рыночных возможностей инвестиционно-инновационной деятельности свобод: посредством применения различного рода прав И право заниматься деятельностью, собственность, предпринимательской право на право получения определенного статуса отдельными территориями (свободные экономические зоны, оффшорные зоны, стимулирующие развитие отдельных регионов и производств).

Среди вышеперечисленных методов ведущую роль отводят экономическим методам, оказывающим как прямое, так и косвенное влияние. Однако, для отечественной экономики ключевое влияние оказывают административные методы, в частности в распределении инвестиций. Большинство ученых-экономистов считают, что с посредством исключительно рыночных регуляторов не представляется возможным решать многие экономические проблемы, в частности проблемы инвестиционно-инновационного развития регионов и их субъектов предпринимательской деятельности [6].

Микроуровень управления региональным инвестиционным развитием нацелен на конкретизацию вариантов действий отдельных хозяйствующих субъектов в процессе поиска наиболее эффективных вариантов развития рыночных возможностей и формирования сегментов рынка для их реализации, связанных с последовательной и непрерывной разработкой, выведением на рынок различного рода инноваций с целью динамичного и устойчивого развития в конкурентной среде.

Ключевая цель государственной инвестиционной политики состоит в формировании благоприятной среды, которая способствует привлечению иностранных и отечественных инвестиций для восстановления отечественных компаний, повышению активности государства в поддержке экономической и социальной сферы в условиях увеличения результативности капиталовложений.

Приоритетной задачей государства, в соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, является обеспечение сбалансированного социального и экономического усовершенствования регионов. Однако, все регионы существенно отличаются по своему

экономико-социальному развитию. А именно, по таким основным показателям, как инвестиционная активность, ВРП на душу населения, производительность туда, поэтому сбалансированное однородное экономическое развитие регионов невозможно.

В настоящее время значительное экономическое неравенство субъектов России выступает фактором, препятствующим экономическому и социальному развитию [1].

Согласно мировой практике, к инновационной деятельности больше всего готовы регионы, находящиеся в депрессивном состоянии. Именно в этих регионах есть потребность справиться с кризисом путем внедрения новейших технологических решений для снижения затрат или формирования абсолютно новых товаров вместе с появлением новых компаний. И наоборот, стремление к инновациям значительно ниже, в тех регионах, где уже существующая структура промышленности еще может давать постоянный доход, создавая условия экономической и политической устойчивости.

В заключении следует отметить, что экономика регионов в России должна быть создана с учетом общепринятых отраслевых особенностей развития и сырьевого достатка: например, некоторые экономические районы будут специализированы усовершенствовании легкой и пищевой промышленности, другие - на изготовлении новых машиностроительных изделий, третьи будут нацелены принципиально инновационную деятельность в отраслях, которые обслуживают туристический сектор. В это время федеральному центру необходимо возвыситься над регионами и осуществлять общее управление и контролирование за формированием технологической инновационной политики, основываясь на привлечение инвестиций. Лишь благодаря данному подходу, возможно в самые кротчайшие сроки приобрести надежную основу для стабильного роста экономики. В Российской Федерации существуют колоссальные возможности для инвестиций. Несмотря на продолжительность периода осмысления собственного рыночного пути, России необходимо в ближайшее время перейти к созданию абсолютно новой экономической системы, благодаря которой будет обеспечено значительное развитие регионов с учетом опережающего опыта развитых стран и характерных особенностей, присущих для российской экономики.

Список литературы

- 1. Аладын, В.В. Инвестиционная деятельность субъектов Российской Федерации / В.В. Аладын М.: Социум, 2016.— 272 с.
- 2. Буякова, И.А. Инновационная модель развития региона / И.А. Буякова, О.М. Михалева // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-1. С. 92-95.
- 3. Гуськова, Н.Д. Инвестиционная деятельность: федеральный и региональный аспекты / Н.Д. Гуськова. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2015. 127 с.
- 4. Ларичева, Е.А. Особенности разработки стратегического плана инновационного развития региона / Е.А. Ларичева // Монография. Брянск. 2015. 186 с.
- 5. Михалева, О.М. Совершенствование системы мотивации труда профессорско-преподавательского состава вузов / О.М. Михалева // Автореферат дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05: Москва, 2009. 20 с.
- 6. Михалева, О.М. Современное состояние и направления развития инновационной деятельности в Брянской области / О.М. Михалева, И.А. Матюшкина, С.В. Герасименкова // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3-2. С. 224-227.
- 7. Подшиваленко, Г.П. Инвестиционная деятельность: учебное пособие / Г.П. Подшиваленко, Н.В. Киселева. М.: КНОРУС, 2016. 269 с.

Сведения об авторах

Михалева Ольга Михайловна - к.э.н., доцент кафедры экономики и управления ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», тел. +79065039094, e-mail: michaleva130182@yandex.ru

Шевень Наталья Николаевна - магистр 2 курса направления подготовки 38.04.01 Экономика магистерская программа Экономика и региональное управление ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», тел. +79803375595, e-mail: shevenka@mail.ru

UDK 330.322

INVESTMENT ACTIVITY OF THE REGION: ESSENCE, CONTENT, MANAGEMENT

O. M. Mikhaleva, N. N. Seven

Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky

The article considers theoretical aspects of investments and regional investment activities, differentiated levels of management of investment development of the territory, the basic methods of management of investment activity of the region.

Key words: investment, investment activities, investment activity in the region, management of investment activity of the region.

References

- 1. Aladin, V.V. Investitsionnaya deyatelnost sub'ektov Rossiyskoy Federatsii / V.V. Aladin M.: Sotsium, 2016.— 272 s.
- 2. Buyakova, I.A. Innovatsionnaya model razvitiya regiona / I.A. Buyakova, O.M. Mihaleva // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. № 3-1. S. 92-95.
- 3. Guskova, N.D. Investitsionnaya deyatelnost: federalnyiy i regionalnyiy aspektyi / N.D. Guskova. Saransk: Izd-vo Mordov. un-ta, 2015. 127 s.
- 4. Laricheva, E.A. Osobennosti razrabotki strategicheskogo plana innovatsionnogo razvitiya regiona / E.A. Laricheva // Monografiya. Bryansk. 2015. 186 s.
- 5. Mihaleva, O.M. Sovershenstvovanie sistemyi motivatsii truda professorsko-prepodavatelskogo sostava vuzov / O.M. Mihaleva // Avtoreferat dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05: Moskva, 2009. 20 c.
- 6. Mihaleva, O.M. Sovremennoe sostoyanie i napravleniya razvitiya innovatsionnoy deyatelnosti v Bryanskoy oblasti / O.M. Mihaleva, I.A. Matyushkina, S.V. Gerasimenkova // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. № 3-2. S. 224-227.
- 7. Podshivalenko, G.P. Investitsionnaya deyatelnost: uchebnoe posobie / G.P. Podshivalenko, N.V. Kiseleva. M.: KNORUS, 2016. 269 s.

Author's information

Mikhalyova Olga Mikhailovna - candidate of economic sciences, senior lecture of the department of management faculty of finances and economy of Social and Economic Institute at Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky, tel. +79065039094, e-mail: michaleva130182@yandex.ru.

Sheven Natalia Nikolaevna - master of 2 courses of training 38.04.01 Economics Master's program Economics and Regional Management at Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky, tel. +79803375595? e-mail: shevenka@mail.ru.

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 303.02

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОРРЕЛЯЦИОННОГО АНАЛИЗА В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

В.И. Гостенина, К.С. Карандин

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье рассматривается понятие корреляционного анализа, его особенности и специфика применения при изучении социологическом изучении социольных проблем управления.

На обширной теоретической базе смоделированы разнообразные виды коэффициентов ранговой корреляции. На простых примерах показан алгоритм расчёта наиболее часто применяемых в социологи коэффициентов

Спирмена и Пирсона. Выделены их достоинства и недостатки.

Приведен реальный пример использования коэффициента Спирмена при анализе данных, полученных членами научной лаборатории кафедры социологии и социальной работы Брянского государственного университета в ходе мониторинга информационного бюллетеня «Вестник. Труд и занятость» управления государственной службы по труду и занятости населения Брянской области.

Ключевые слова: корреляция, анализ, шкала Чертока, корреляционное поле, коэффициент Спирмена, коэффициент Юла, коэффициент Пирсона, множественный коэффициент, коэффициент Чупрова, коэффициент Крамера, мониторинг, социальное управление.

1. Теоретическое обоснование использования корреляционных расчетов в социологическом анализе

Разработка методики исследования осуществляется, исходя из логики научного поиска. В целом методика представляет комплекс теоретических и эмпирических методов, сочетая которые с наибольшей достоверностью прогнозируются социальные явления в области социального управления. Представленная авторская методика позволяет проводить исследования сложных и многомерных объектов.

Применяя инструменты математического анализа дается численная оценка явлений, независимо от их происхождения, социальной значимости и сложности принятия управленческого процесса [1,2].

В эмпирической социологии, пожалуй, самым распространенным видом анализа информации является — корреляционный анализ (от лат. correlatio «соотношение или взаимосвязь»). Корреляция или корреляционная зависимость — это некая зависимость двух или более случайных величин. Суть корреляционного анализа сводится к поиску связи между этими величинами. Особенность анализа заключается в том, что наличие связи характеризуется тем, насколько ярко она выражена. Показателем, отражающим тесноту двух коррелирующих величин, является определенный критерий, получивший название — коэффициент корреляции.

Коэффициент корреляции может принимать значения от +1 до -1, чем ближе значение к единице, тем более сильной считается связь между величинами. Нулевое или близкое к нему значение свидетельствует об отсутствии связи. Существует и более тонкая градация силы связи, она представлена шкалой Чертока (Таблица 1).

Корреляционный анализ широко применяется в гуманитарных науках [4]. В социологии, как правило, используется коэффициент ранговой корреляции Спирмена, коэффициент Юла, коэффициент Пирсона, множественный коэффициент корреляции, коэффициент Чупрова и Крамера.

Таблица 1 - Шкала Чертока

№	Коэффициент корреляции	Характеристика силы связи	
1	$ r_s $ <0,1	Связь практически отсутствует	
2	$0.1 < r_s < 0.3$	Слабая связь	
3	$0.3 < r_s < 0.5$	Умеренная связь	
4	$0.5 < r_s < 0.7$	Связь средней силы	
5	$0.7 < r_s < 0.9$	Сильная связь	
6	$0.9 < r_s < 1$	Очень сильная связь	

Применение корреляционного анализа в социологии обусловлено определенными причинами. При изучении социальных проблем исследуемые вопросы могут включать большое количество влияющих факторов. Например, люди, имеющие высшее образование имеют более высокую зарплату, хотя среди них имеются люди с разной зарплатой. Корреляционно связаны, например уровень образования родителей и успеваемость детей, уровень заработной платы и удовлетворенность работой, квалификация сотрудника и производительность труда. Наличие корреляции может свидетельствовать о том, что одно из выделенных явлений-причина другого или же эти явления являются следствиями общих причин.

В социологии зачастую определенному значению одной переменной, может соответствовать ряд значений другой, то есть каждому *х* соответствует целый ряд значений *у*. Если изобразить на плоскости каждую пару значений этих величин, то наносимые точки расположатся в виде «облака». Это «облако» называется корреляционным полем [5]. Корреляционное поле является вспомогательным средством анализа выборочных данных, а расположение точек позволяет нам сделать предварительный вывод о форме и характере зависимости.

Однако стоит помнить, что корреляционная зависимость не может быть абсолютно полной и точной. Выявление корреляции не дает оснований нам утверждать о причинно – следственных связях явлений. Например, В. Шубкин обнаружил связь между зарплатой родителей и успеваемостью их детей. Ричардсон выявил связь между зарплатой учителей и потреблением вин в США. В первом примере мы можем объяснить корреляцию тем, что более образованные люди получают более высокую заработную плату. Во втором примере – тем, что в период с 1870 по 1910 года в Америке в целом наблюдался рост заработных плат (в том числе и учителей) что и вызвало увеличение потребления продуктов питания (в том числе и вина). То есть заработная плата учителей и потребление вина – это следствия общей причины, а не причина и следствия по отношению друг другу.

Любая социологическая проблема - это явление, зависящее от большого числа причин, которые действуют с разной силой. Когда мы занимаемся изучением влияния одной переменной на другую, то как правило выделяем один фактор, но на зависимую величину оказывают влияние и многие другие, чем и обуславливается характер корреляционной зависимости.

Еще одной причиной удобства использования корреляционного анализа в социологических исследованиях является его «универсальность». Мы можем применять его для переменных, которые относятся к различным шкалам. От вида шкалы зависит метод расчета коэффициента корреляции. Однако при всей простоте анализа не стоит забывать о корректной интерпретации полученных результатов. Зачастую провести корреляционный анализ не вызывает труда, проблемы возникают именно на этапе интерпретации.

2. Примеры расчета корреляционного анализа

На вымышленном примере разберем работу корреляционного анализа. Результаты Единого Государственного Экзамена по математике и физике (Таблица 2). Попробуем определить зависимость между результатами. Для определения корреляционной связи используем коэффициент Спирмена (r_s). Его формула представлена ниже.

$$r_{\rm S} = 1 - \frac{6 \sum_i d_i^2}{(n-1)n(n+1)} (1)$$

Таблица 2 - Результаты Единого Государственного Экзамена по математике и физике

Ученик	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Результаты по математике	95	93	84	79	72	70	62	60	57	45
Результаты по физике	91	96	87	83	53	60	76	58	77	65

Технология расчета:

- 1. Проранжируем данные в порядке их убывания и найдем квадраты разности соответствующих рангов.
 - 2. Для удобства эти действия лучше производить в таблице (Таблица 3).

Таблица 3 - Таблица рангов результатов ЕГЭ по математике и физике

Математика	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Физика	2	1	3	4	10	8	6	9	5	7
d_i^2	1	1	0	0	25	4	1	1	16	9

3. Объем выборки (п) равен 10. Следовательно:

$$r_{s} = 1 - \frac{6\sum_{i}d_{i}^{2}}{(n-1)n(n+1)} = 1 - \frac{6*(1+1+0+0+25+4+1+1+16+9)}{9*10*11} \approx 0,648 (2)$$

Так как $r_{s}=0.648$, мы можем сделать вывод о том, что имеет место прямая связь средней силы.

Применение коэффициента корреляции Спирмена удобно из-за его простоты расчета.

Однако следует помнить, что этот расчет может применяться не во всех случаях. Эффективность снижается, если достаточно велика разница между различными значениями кокой-либо из измеряемых величин. Так же не рекомендуется применять коэффициент ранговой корреляции Спирмена, если мы имеем дело с неравномерным распределением значений измеряемой величины.

В представленном выше примере целесообразно использовать именно коэффициент Спирмена, так как значения измеряемой величины изменяются без скачков, относительно равномерно.

Рассмотрим ещё один пример по применению коэффициента корреляции. Студентам было предложено пройти два простых теста. Было измерено среднее время решения заданий теста (в секундах). Попробуем ответить на вопрос: Есть ли взаимосвязь между временем

решения этих тестов? Обозначим среднее время решения теста №1 – переменной x, а среднее время решения теста №2 – y.

На этот раз используем формулу для расчёта коэффициента корреляции Пирсона (Представлена ниже). x_i — это значения, которые принимает переменная x, y_i — значения, принимаемые переменной y, \bar{x} , \bar{y} — средние по x и y соответственно.

$$r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) * (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 * \sum (y_i - \bar{y})^2}} (3)$$

Исходная формула несколько неудобна, поэтому мы будем применять ее аналог, полученный с помощью преобразований. Представим исходные данные в таблице, с дополнительными столбцами, необходимыми для расчета по формуле (Таблица 4).

Таблица 4 - Исходные данные с дополнительными столбцами, необходимыми для расчета коэффициента корреляции Пирсона

№	x_i	y_i	$x_i * y_i$	x_i^2	y_i^2
1	20	18	360	400	324
2	31	6	186	961	36
3	34	18	612	1156	324
4	42	26	1092	1764	676
5	30	29	870	900	841
6	36	32	1152	1296	1024
7	38	19	722	1444	361
8	40	18	720	1600	324
9	45	35	1575	2025	1225
10	45	44	1980	2025	1936
11	25	11	275	625	121
12	36	27	972	1296	729
13	30	14	420	900	196
14	41	44	1804	1681	1936
15	43	46	1978	1849	2116
16	31	23	713	961	529
17	49	46	2254	2401	2116
18	40	24	960	1600	576
19	34	17	578	1156	289
20	48	27	1296	2304	729
Сумма	738	524	20519	28344	16408

Эмпирическую величину коэффициента корреляции рассчитываем по формуле:

$$rx$$
 эмп =
$$\frac{20*20519-738*524}{\sqrt{(20*28344-738*738)*(20*16408-524*524)}} \approx 0,686 (4)$$

Далее воспользуемся таблицей критических значений корреляции Пирсона и определим критические значения для полученного коэффициента. Так как в нашем случае k=n-2=20-18, то $r_{\kappa p}$:

$$0,44$$
 для $p \le 0,05$
 $0,56$ для $p \le 0,01$

Далее строим ось значимости (Рисунок 1).

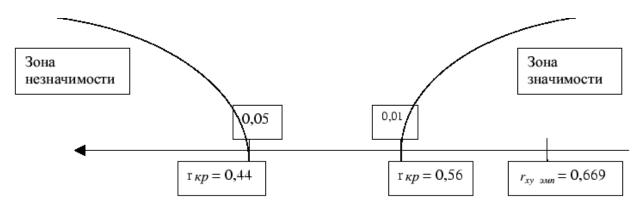


Рис.1. - Ось значимости

Так как величина корреляции попадает в зону значимости, H_0 - опровергается, принимается гипотеза H_1 . То есть, чем выше среднее время решения задач теста №1, тем выше среднее время решения задач теста №2 и наоборот.

Для применения коэффициента корреляции Пирсона, необходимо, чтобы соблюдался ряд условий.

Во-первых переменные которые подвергаются сравнению должны быть получены в интервальной шкале или шкале отношений.

Во-вторых распределения переменных x и y должны быть близки к нормальному.

В-третьих число варьирующих признаков в сравниваемых переменных x и y должно быть одинаковым.

3. Применение корреляционного анализа на практике

Для иллюстрации применения корреляционного анализа, за основу были взяты данные полученные в ходе мониторинга информационного бюллетеня «Вестник. Труд и занятость» управления государственной службы по труду и занятости населения Брянской области.

Цель мониторинга заключалась в создании информационных условий для формирования целостного представления о информационном бюллетене и его роли в информировании специалистов о состоянии рынка труда и занятости населения Брянской области.

Задачи, решаемые в ходе мониторинга, сводились к следующему:

- а) Выработать комплекс показателей, обеспечивающих целостное представление о состоянии информационного бюллетеня и реализации его функций.
- б) Систематизировать информации о состоянии и развитии информационного бюллетеня.
- в) Обеспечить наглядное представление информации отражаемой в информационном бюллетене.
- г) Обеспечить анализ и прогнозирование состояния и развития информационного бюллетеня, выработать управленческие рекомендации.

Всего было проанализировано 11 выпусков информационного бюллетеня (2015, 2016 годы).

Общее число публикаций: 70. Из них 15 публикаций касаются профессионально ориентационных материалов, 15 — посвящены проблемам охраны труда, 17 - социально трудовых отношений, 14 — по вопросам защиты от безработицы, 9 публикаций представляют информацию о положении на рынке труда.

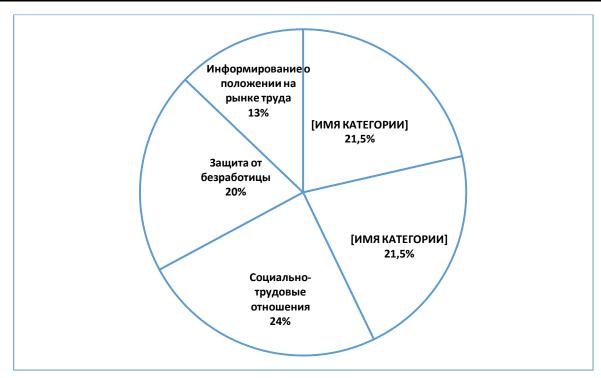


Рис. 2. - Направление проблемы, освещаемой в бюллетене (Критерии)

Семь публикаций носят аналитический характер, 64 - информационный характер. Сорок публикаций являются актуальными для молодежи и школьников, 17 - для социальной незащищённых граждан, 27 - для безработных граждан, 4 - для пенсионеров, 28 - для работодателей, 17 — представляют интерес для работающего населения, 2 - для администрации университетов, 13 - для муниципальных органов власти, 10 - для профсоюзных организаций, 2 - для мигрантов, 2 - для женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком.

Мониторинг позволил получить обширные данные по направленности публикационной активности для различных сегментов целевой аудитории. Это и натолкнуло на мысль о проведении корреляционного анализа.

Управлением государственной службы по труду и занятости населения Брянской области были предоставлены данные о содействие в поиске подходящей работы за 2015 год.

Проверке подверглась зависимость между количеством публикаций в информационном бюллетене (x) и количеством трудоустроенных (y). Все данные были объединены в таблицу (Таблица 5). Проверка осуществлялась с помощью коэффициента Спирмена (r_s) .

Таблица 5 - Исходные данные для расчета коэффициента корреляции

	Молодежь и школьники	Социально незащищенные	Безработные граждане	Пенсионеры	Женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком
x	40	17	27	4	2
y	8 512	799	15 576	964	1 066

Таблица рангов для расчёта коэффициента корреляции представлена в таблице 6.

Таблица 6 - Таблица рангов

	Молодежь и школьники	Социально незащищенные	Безработные граждане	Пенсионеры	Женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком
x	5	3	4	2	1
y	4	1	5	2	3

Для удобства все расчёты осуществлялись в программе Microsoft Excel. Так как $r_s = 0.5$, мы можем сделать вывод о том, что связь между признаком y и фактором x умеренная и прямая.

Полученный результат можно считать удовлетворительным, мы можем говорить о наличие статистической взаимосвязи между переменными, однако проблема заключается в интерпретации значений этой взаимосвязи.

Таким образом корреляционный анализ — является удобным инструментом, позволяющим значительно расширить имеющиеся данные. Он способен сделать теоретическое мышление более эффективным. Однако применять его необходимо осмысленно. При всех явных плюсах корреляционный анализ не способен заменить специальные знания. Основным минусом методики является сложность интерпретации и поиск причинно-следственных связей.

Список литературы

- 1. Смердова С.Г. Применение статистических методов в испытаниях полимермодифицированных битумов / С.Г. Смердова, Н.Н. Умарова, Л.В. Петухова, Г.И. Сибгатуллина // Вестник Казанского технологического университета. 2010. №5. С. 259-266.
- 2. Абдулин И.А. Применение статистических методов для оценки технологического процесса производства кумулятивных зарядов / И.А. Абдуллин, О.И. Белобородова, Н.И. Лаптев, Е.Л. Москвичева, А.Д. Горяйнов // Вестник Казанского технологического университета. -2010.-N12. -C.477-482.
- 3. Ершов А.Н. Социология в современном мире / А.Н. Ершов А.Н., А.П. Кулапин // Вестник Казанского технологического университета. 2012. №2. С. 118-121.
- 4. Андреева В.Р. Корреляционный анализ в социологических исследованиях / М. М. Андреева, В. Р. Волков // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №7. С. 271-274.
- 5. Гржибовский А.М. Анализ трех и более независимых групп количественных данных / А. М. Гржибовский // Экология человека. 2008. №3. С. 50-58.
- 6. Гржибовский А.М. Корреляционный анализ данных с использованием программного обеспечения Statistica и SPSS / А. М. Гржибовский, С. В Иванов, М. А Горбатова // Наука и здравоохранение. -2017.-N21. С. 7-36.
- 7. Буров А.В. Корреляционный анализ взаимосвязей между индивидуально-психологическими особенностями детей и показателями адаптации к школьному обучению / А. В. Буров // Концепт. -2014. №7. С. 101-105.
- 8. Bonett D. Sample size requirements for estimating Pearson, Kendall and Spearman correlations / D. Bonett, T. Wright // Psychometrica. 2000. Vol. 65. P. 23–28.
- 9. Kraemer H. Correlation coefficients in medical research: from product moment correlation to the odds ratio / H. Kraemer // Statistical Methods in Medical Research. −2006. −№6. −P. 525–545.

Сведения об авторе

- В.И. Гостенина доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии и социальной работы Брянского государственного университета имени академика И. г. Петровского, E-mail KafedraRandPR@yandex.ru
- К.С. Карандин магистр 1 курса направления подготовки «Социология управления» $\Phi \Gamma E O V B O$ «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», E-mail KafedraRandPR@yandex.ru

UDK 303.02

PECULIARITIES OF THE USE OF CORRELATION ANALYSIS IN SOCIOLOGICAL RESEARCH

V.I. Gostenina, K.S. Karandin

Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky

In the article, special attention is paid to the concept of correlation analysis, its features and specificity are examined in the study of sociological problems. The types of coefficients of rank correlation are disassembled.

On simple examples, the algorithm for calculating the Spearman and Pearson coefficients most frequently used in sociologists is analyzed. Their pluses and minuses are singled out.

A real example is given of using the Spearman coefficient, when analyzing the information received during the monitoring of the Bulletin. Labor and Employment "management of the state service for labor and employment of the population of the Bryansk region.

Keywords: correlation, analysis, Chertok scale, correlation field, Spearman coefficient, Yule coefficient, Pearson coefficient, multiple coefficient, Chuprov coefficient, Cramer coefficient, monitoring.

References

- 1. Smerdova S.G. Primenenie statisticheskih metodov v ispyitaniyah polimer-modifitsirovannyih bitumov / S.G. Smerdova, N.N. Umarova, L.V. Petuhova, G.I. Sibgatullina // Vestnik Kazanskogo tehnologicheskogo universiteta. − 2010. − № 5. − S. 259-266.
- 2. Abdulin I.A. Primenenie statisticheskih metodov dlya otsenki tehnologicheskogo protsessa proizvodstva kumulyativnyih zaryadov / I.A. Abdullin, O.I. Beloborodova, N.I. Laptev, E.L. Moskvicheva, A.D. Goryaynov // Vestnik Kazanskogo tehnologicheskogo universiteta. 2010. N 12. S. 477-482.
- 3. Ershov A.N. Sotsiologiya v sovremennom mire / A.N. Ershov A.N., A.P. Kulapin // Vestnik Kazanskogo tehnologicheskogo universiteta. − 2012. − №2. − S. 118-121.
- 4. Andreeva V.R. Korrelyatsionnyiy analiz v sotsiologicheskih issledovaniyah / M. M. Andreeva, V. R. Volkov // Vestnik Kazanskogo tehnologicheskogo universiteta. -2013. N = 7. S. 271-274.
- 5. Grzhibovskiy A.M. Analiz treh i bolee nezavisimyih grupp kolichestvennyih dannyih / A. M. Grzhibovskiy // Ekologiya cheloveka. -2008. N = 3. S. 50-58.
- 6. Grzhibovskiy A.M. Korrelyatsionnyiy analiz dannyih s ispolzovaniem programmnogo obespecheniya Statistica i SPSS / A. M. Grzhibovskiy, S. V Ivanov, M. A Gorbatova // Nauka i zdravoohranenie. 2017. N 1. S. 7-36.
- 7. Burov A.V. Korrelyatsionnyiy analiz vzaimosvyazey mezhdu individualnopsihologicheskimi osobennostyami detey i pokazatelyami adaptatsii k shkolnomu obucheniyu / A. V. Burov // Kontsept. -2014. N $_{\odot}$ 7. S. 101-105.
- 8. Bonett D. Sample size requirements for estimating Pearson, Kendall and Spearman correlations / D. Bonett, T. Wright // Psychometr1ca. 2000. Vol. 65. P. 23—28.

9. Kraemer H. Correlation coefficients in medical research: from product moment correlation to the odds ratio / H. Kraemer // Statistical Methods in Medical Research.

Author's information

- Gostenina V.I. Doctor of Sociology, Professor, Head of the Department of Sociology and Social Work of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky.
- K. S. Karandin master student 1 course of the specialty «Sociology of management» E-mail KafedraRandPR@yandex.ru

УДК 316.354

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЕМ КОНФЛИКТОВ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Н.А. Моисеенко

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Кросскультурный анализ цивилизационных процессов общества, предпринятый в социологической науке позволяет обратиться к исследованию социальных конфликтов, протекающих в различных сферах жизнедеятельности человека. Данный подход позволяет разработать и сформулировать эмпирические рекомендации по разрешению и предупреждению социальных конфликтов в студенческой среде, реализация которых может стать основой формирования нового социокультурного пространства высшей школы.

Во-первых, данное пространство как трансакций трех уровней возможных последствий конфликтов включает поля «инструкций» как основы государственного управления, среднее поле трансакций, т.е. – поле дискурса в самом учебном заведении, третий уровень транзакции - личностное взаимодействия – через принятие и реализацию профессиональных требований к социальной среде ВУЗа.

Во – вторых пространство конфликта в представленной структуре расширяется за счет слабой институционализацию системы, непонимание интересов и ценностей основных потребителей образовательных услуг и их современных отличий от традиционных, что подтверждается несформированностью ключевых субъектов трансформации, во-вторых, социокультурные особенности перехода к новой системе определяются начальным этапом институционализации трансакций студенчества и руководства ВУЗа и социума, инициатором которых выступает государство. Зачастую наталкиваясь на непонимание студенческого сообщества.

В-третьих, подготовка бакалавров и магистров академическим сообществом осуществляется одновременно с адаптацией к происходящим изменениям и нормативным механизмам реализации двухуровневой подготовки. Следует отметить еще одну особенность пространства конфликта, в котором пребывают высшие учебные заведения - это массовый всплеск инновационных процессов, направленных на замену старой статичной модели управления, на модель новую, вариативную. Ее эффективная работа возможна в том случае, если высшее учебное заведение развивается опережающими темпами по отношению к быстро меняющимся условиям социума на основе перспективных технологий регулирования социальных отношений внутри студенческой массы.

1. Программа, инструментарий и методы проведения социологического исследования

Для исследования конфликтов в студенческой среде мы воспользовались методом социологического опроса.

Исследование проводилось дистанционно посредством e-mail и социальной сети «вконтакте». Опрос был проведен 10-18 ноября 2017 года. Было опрошено 120 студентов, представителей высших учебных заведений города Брянска и города Москвы.

Респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты. Бланк анкеты находится в приложении.

Проблема исследования: возникновение конфликтов в студенческой среде.

Объект исследования: студенческая молодежь

Предмет исследования: особенности возникновения социальных конфликтов в студенческой среде.

Гипотеза исследования: причиной социальных конфликтов является агрессивность индивида и групп людей.

Генеральную совокупность составили студенты высших учебных заведений города Брянска и города Москвы.

Выборка составила 120 человек: 80 женщин и 40 мужчин. Из них: 20 человек в возрасте 18 лет, 80 человек в возрасте от 19 до 21 года и 20 человек в возрасте 22 лет.

Респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты. Анкета состоит из 5 вопросов и демографического блока.

Вопросы присутствуют закрыто - открытые. Результаты, полученные в результате опроса, были обработаны, систематизированы и представлены в виде сводной таблицы.

Таблица 1 – Структура выборочной совокупности

Структура выборочной совокупности респондентов с учетом типов поселений и других показателей	Количество респондентов
Общий объем выборки в г. Брянск	90
Общий объем выборки в г. Москва	30
Итого:	120
Из них:	
Мужчины	40
Женщины	80
Из них:	
не женаты/не замужем	90
женаты/замужем	30
на договорной основе	98
на бюджетной основе	22
В возрастных группах:	
в возрасте 18 лет	20
в возрасте от 19 до 21 года	80
в возрасте 22 лет	20

2 Исследование конфликтов, возникающих в студенческой среде

Результаты, представленные ниже в таблицах, графиках и диаграммах, позволяют нам сделать выводы по результатам исследования.

Первый вопрос, который мы задали респондентам, звучал следующим образом: как часто Вы сталкиваетесь с конфликтами в процессе учебы? Результаты ответов на данный вопрос представлены на рис. 1

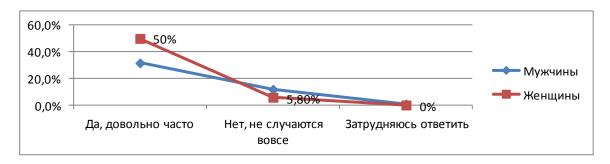


Рис. 1. – Результаты ответов на вопрос «Как часто Вы сталкиваетесь с конфликтами в процессе»

Из данных рис. 1 следует, что респонденты ответили следующим образом: 31,6 % мужчин и 50 %женщин считают, что да, часто. 11,8 % мужчин и 5,8 % женщин считают, что конфликтов не случается вовсе. 0,8 % мужчин затруднились ответить на этот вопрос, опро-

шенные представительницы женского пола другого с ответом на вопрос не испытали трудностей.

Проанализировав ответы на данный вопрос, мы пришли к выводу, что уровень конфликтности в студенческой среде достаточно высок.

Проанализировав ответы на данный вопрос, мы пришли к выводу, что уровень конфликтности в студенческой среде достаточно высок.

Следующий вопрос звучал так: Как Вы считаете, по каким причинам возникают конфликты. Результаты отражены в таблице 2 и на рис. 2.

Таблица 2. – Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, по каким причинам возникают конфликты?»

Как Вы считаете, по каким причинам	Мужчины	Женщины
возникают конфликты?	Процентный показатель (%)	Процентный показатель (%)
Желание обладать властью	22	18
Учебный процесс	7	0
Разница во взглядах на жизнь	19	34

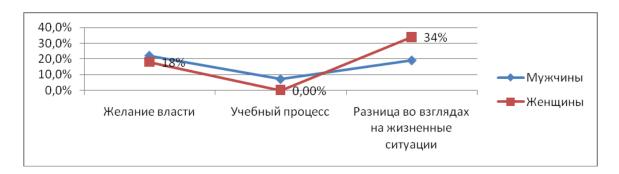


Рис. 2. - Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, по каким причинам возникают конфликты?»

Таким образом, 22% мужчин и 18% женщин считают, что одной из основных причин является сфера влияния в студенческой группе, желание обладать определенным уровнем власти. 7% мужчин считают, что дело только в противоречиях, связанных с учебным процессом. А 19% мужчин и 34% женщин считают, что проблема в разности взглядов на различные сферы

Исходя из ответа на данный вопрос, был сделан вывод о том, что не учеба и не лидерские позиции в возникновении конфликтов являются приоритетными, а именно разница о взглядах на различные вопросы и проблемы человеческой жизни.

Третий вопрос, который мы задали, касался гендерных различий в конфликтных ситуациях: Как Вы считаете, кто наиболее агрессивен и склонен к вступлению в конфликты: мужчины или женщины? Результаты представлены в таблице 3 и на рис. 3.

Таблица 3. – Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, кто наиболее агрессивен и склонен к вступлению в конфликты: мужчины или женщины?»

Как Вы считаете, кто наиболее агрессивен и склонен к	мужчины, %	женщины, %
вступлению в конфликты: мужчины или женщины?	25	75

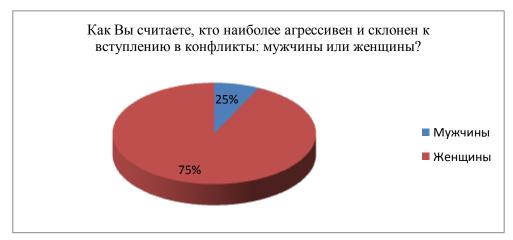


Рис. 3. - Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, кто наиболее агрессивен и склонен к вступлению в конфликты: мужчины или женщины?»

Итак, 75% опрошенных считают, что наиболее агрессивны представительницы слабого пола. А 25% все-таки считают, что мужчины являются наиболее агрессивными и склонными вступлению в конфликты.

Далее мы спросили: кто наиболее агрессивен: отдельные индивиды или группа людей?

Кто наиболее агрессивен?	Мужчины	Женщины
	Процентный показатель (%)	Процентный показатель (%)
Отдельные индивиды	15	25
Группы людей	25	30
Затрудняюсь ответить	0	5

Таблица 4 – Результаты ответов на вопрос «Кто наиболее агрессивен?»

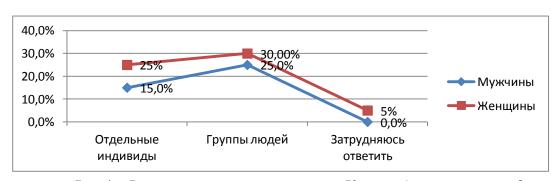


Рис.4. - Результаты ответов на вопрос «Кто наиболее агрессивен?»

Таким образом, 15% мужчин и 25% женщин считают, что отдельные индивиды наиболее агрессивны, так как именно из них и формируются группы. 30% мужчин и 25% женщин считают, что сами по себе группы уже агрессивны, а 5% опрошенных затруднились с ответом на данный вопрос.

Последним вопросом вне демографического блока стал следующий: как Вы считаете, что необходимо для предотвращения конфликтов в студенческой среде?

Таблица 5 - Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, что необходимо для предотвращения конфликтов в студенческой среде?»

Как Вы считаете, что необходимо для предот-	Мужчины	Женщины	
вращения конфликтов в студенческой среде?	Процентный показатель (%)	Процентный показатель (%)	
Быть терпимым к мнению однокурсников	50	15	
Не озвучивать свое мнение	17	13	
Попросить о помощи незаинтересованное лицо	10	10	

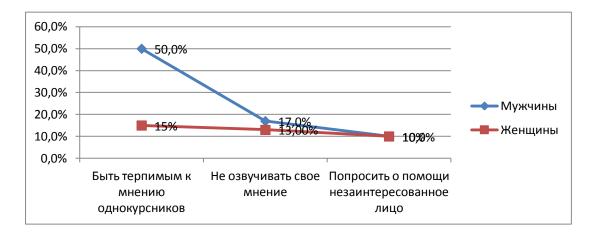


Рис. 5 — Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, что необходимо для предотвращения конфликтов в студенческой среде?»

Итак, 50% мужчин и 15% женщин ответило, что необходимо быть более терпимым к мнению своих однокурсников, 17% мужчин и 13% женщин ответили, что необходимо вообще не озвучивать собственные взгляды, а еще по 10% мужчин и 10% женщин, соответственно, заявили, что в разрешении конфликтов необходима помощь преподавателя или другого незаинтересованного лица.

Таким образом, проанализировав ответ на данный вопрос и изучив ответы на другие, мы пришли к выводу, что снизить конфликтность в студенческой среде возможно будет только в том случае, если сами студенты будут воспитывать в себе терпение и прислушиваться к мнению своих однокурсников, идя на компромисс.

3 Рекомендации по разрешению конфликтов в студенческой среде

Несмотря на то, что конфликты способствуют развитию общества, обладают положительными функциями, нельзя не отметить их деструктивное влияние на взаимоотношения в студенческой среде. В связи с этим по результатам исследования можно выделить следующие проблемы:

Проблема необъективного восприятия проблемы в процессе конфликтной ситуации.

Отсюда вытекает следующая проблема. Проблема противоречивого отношения студентов к конфликтам. Студенты говорят об их позитивном воздействии, о невозможности прогресса без конфликтов, но, навязанная обществом, в частности средствами массовой информации, деструктивная форма конфликта заставляет их думать и действовать в условиях прямого столкновения интересов иначе. Вследствие чего происходит когнитивный диссонанс

Проблема нерационального поведения в конфликте. Студенты используют примитивные формы конфликта, построенные только на эмоциональном состоянии, причиной которых выступает повседневная деятельность.

Проблема безответственного поведения, проявляющаяся в безразличии к последстви-

ям конфликта. С одной стороны, в процессе конфликта студенты выплескивают негативные эмоции, а с другой стороны, равнодушно относятся к последствиям конфликта и к эмоциональному состоянию другого конфликтующего.

Проблема превосходства эмоциональной составляющей над рациональной в конфликте, когда студенты уходят от использования мирных тактик ведения конфликта («сотрудничество» и «компромисс»), нередко прибегая к насилию.

Проблема явных гендерных различий в понимании сущности конфликта, что усложняет разрешение возникающих противоречий между мужчинами и женщинами.

Таким образом, мы можем предложить следующие рекомендации по разрешению конфликтов в студенческой среде.

Для того чтобы студенты менее болезненно воспринимали конфликты и умели конструктивно разрешать различного рода противоречия, на основе результатов проведенного исследования и выявленных проблем были разработаны следующие рекомендации:

- 1. Необходимо усилить контроль за СМИ, для того чтобы различные скандальные реалити-шоу, телепередачи не оказывали негативного воздействия на молодежь.
- 2. Отражение такой информации в СМИ, которая бы реально помогала молодежи в конфликтных ситуациях. Например, показывать передачи, где герои сталкиваются с какойлибо проблемой, конфликтом. Но все это происходит без ярко выраженных эмоций, криков и в итоге герои находят конструктивное разрешение сложившейся ситуации.
- 3. Ввести преподавание таких дисциплин как конфликтология, гендерная социология независимо от того, на какой специальности обучается студент.
- 4. В учебных заведениях должны работать специалисты-психологи, чтобы студенты могли обращаться к ним за помощью в трудных ситуациях. Ввести психологические тренинги для снижения конфликтности в коллективе (например, различные ролевые игры, где студенты будут учиться конструктивно выходить из конфликтов).
- 5. Необходим телефон горячей линии, куда бы мог студент позвонить, спросить совета, как ему быть в той или иной ситуации.

Рекомендации будут действенными, если глубже изучить психологический аспект проблемы, так как нельзя упускать из внимания личностные особенности индивида.

В научном сообществе принята основная классификация стратегий выхода из конфликта: компромисс, сотрудничество, соперничество, стратегия «ухода» и приспособление.

Этих стратегий необходимо придерживаться и в зависимости от ситуации использовать наиболее приемлемые тактики.

Таким образом, на основе проведенного исследования выявился ряд проблем в студенческой среде, связанных с разрешением конфликтных ситуаций.

На основе этих проблем были разработаны некоторые рекомендации для снижения конфликтности студенческой молодежи. Необходимо также учитывать рекомендации психологов, конфликтологов, так как важную роль в возникновении конфликтов выполняют субъективные факторы, такие как темперамент, черты характера, личностные установки индивида.

Поэтому, для более успешного разрешения конфликта необходимо владеть определенными стратегиями, приемами выхода из конфликта. Следовательно, для наиболее успешного разрешения проблем в данной среде, нужно учитывать, как социологические аспекты конфликтов, так и их психологическую природу.

Приложение № 1

Анкета

Уважаемый респондент!

Просим Вас принять участие в опросе. Он предназначен для выявления эффекта воздействия PR на настроения студенческой молодежи и формирования у нее протестных установок. Прочитайте внимательно вопросы анкеты отметьте подходящий для Вас (только один в каждом вопросе) вариант ответа. Необходимый ответ выделите подчеркиванием. Организаторы опроса гарантируют Вам конфиденциальность Ваших ответов.

Заранее благодарим Вас за участие в опросе!

І. Как часто Вы сталкиваетесь с конфликтами в процессе учебы?

- 1) Да, часто
- 2) Нет, не случается вовсе
- 3) Затрудняюсь ответить

II. Как Вы считаете, по каким причинам возникают конфликты?

- 1) Желание обладать властью
- 2) Учебные вопросы
- 3) Разница во взглядах на жизнь

III. Как Вы считаете, кто наиболее агрессивен и склонен к вступлению в конфликты?

- 1) Мужчины
- 2) Женщины

IV. Как Вы считаете, кто наиболее агрессивен: отдельный индивид или группа людей?

- 1) Отдельный индивид
- 2) Группа людей
- 3) нет, я считаю это неприемлемым

V. Как Вы считаете, что необходимо для предотвращения конфликтов в студенческой среде?

- 1) Быть более терпимым к своим однокурсникам
- 2) Не озвучивать свое мнение
- 3) Обратиться за помощью к незаинтересованному лицу

Несколько слов о себе:

Укажите Ваш пол:

- 1) женский
- 2) мужской

Укажите Ваш возраст:

- 1) 18 лет
- 2) 19 21 лет
- 3) 22 года

Укажите Ваше семейное положение:

- 1) женат/ замужем
- 2) 2) не женат/ не замужем

Укажите, на какой основе Вы получаете образование?

- 1) бюджетная основа
- 2) договорная основа

Список литературы

- 1. Гостенина В.И. Социальные тренды управления в условиях современной российской реальности.// Динамика социальной реальности: российские и зарубежные тренды.Брянск. 2015. С.6-34.
- 2. Гостенина В.И. Социология управления. Учебное пособие. Санкт Петербург. 2013. 364c.
- 3. Гостенина В.И. Ценностные ориентиры молодежи социальные факторы реформирования российской высшей школы в ситуации социального риска.// Вестник БГУ. 2012. № 1-2. С132-137.
- 4. Гостенина В.И., Лупенкова Е.Ю.Ценностные ориентиры и социальные факторы реформирования российской высшей школы.// Среднерусский вестник общественных наук. 2010.№4. С.43-49.
- 5. Гостенина В.И., Лупенкова Е.Ю., Шилина С.А.Управленческий дискурс в системе ценностных ориентаций субъектов электорального процесса..//Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований. 2014. № 1 (5). С. 145-152.
- 6. Гостенина В.И. Социальное партнерство в формирующейся рыночной экономике России (Социально управленческий аспект) // Дис. Д. социол.н. / Московский педагогический государственный университет. М. 2004.
- 7. Гостенина В.И., Мельников С.Л. Управление образованием в научно исследовательский журнал. 2017. № 1-3 (55) С. 144-147.
- 8. Моисеенко Н.А., Шилина С.А. Социологическое исследование мотивов выбора в дискурсе электората. //Научный журнал Дискурс. 2017. № 8 (10). С. 94-112.
- 9. Петухова Л.П., Елисеева Е. В., Вейлер В.П., Макарова Г.В., Гуляева И.В. Эмпирическое исследование взаимосвязи индивидуально типологических особенностей личности и поведение в коллективе студентов ВУЗа. // Современные исследования социальных проблем (электронный ресурс). 2016.№ 3-2 (59). С.295-301.

Сведения об авторе

Моисеенко Н.А. магистр 1 курса направления подготовки «Социология управления» ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», moiseenko-natali2010@yandex.ru

UDK 316.354

SOCIOLOGICAL MANAGEMENT CONFLICT MANAGEMENT IN STUDENT ENVIRONMENT

N.A. Moiseenko

Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky

Cross-cultural analysis of civilizational processes undertaken in the field of sociology allows access to the study of social conflicts taking place in various spheres of human activity. This approach allows us to develop and formulate empirical guidelines for the study of social conflicts in a student environment, the implementation of which can become the basis for the formation of a new socio-cultural space of higher education. First, this space as transaction three levels of possible consequences of conflicts include the field "instructions" as the basis of public administration, the average field of the transaction, i.e. – the field of discourse of the school, the third level of the transaction – personal interaction – through the adoption and implementation of professional requirements to the social environment of the University. Secondly the space of conflict in the structure expanding due to the weak institutionalization of the system, lack of un-

derstanding of the interests and values of the main consumers of educational services and their modern differences from the traditional, as evidenced by the incompleteness of key actors of transformation, and secondly, the sociocultural features of the transition to the new system are determined by the initial phase of institutionalization of the transactions of the student body and University administration and society, sponsored by the state. Often encountering a lack of understanding of the student community. Thirdly, the training of bachelors and masters academic community is carried out simultaneously with the adaptation to current changes and regulatory mechanisms for the implementation of two-level training.

It should be noted another feature space of conflict, which are institutions of higher education is a massive surge of innovation processes, aimed at replacing the old static management model, the new model, variable. Its effective operation is possible in case if the higher educational institution is rapidly growing in relation to the rapidly changing conditions of society on the basis of advanced technologies of regulation of social relations within the student masses.

References

- 1.Gostenina V.I. Sotsialnyie trendyi upravleniya v usloviyah sovremennoy rossiy-skoy realnosti.// Dinamika sotsialnoy realnosti: rossiyskie i zarubezhnyie tren-dyi.Bryansk. 2015. S.6-34.
- 2. Gostenina V.I. Sotsiologiya upravleniya. Uchebnoe posobie. Sankt Peterburg. 2013. 364s.
- 3. Gostenina V.I. Tsennostnyie orientiryi molodezhi sotsialnyie faktoryi reformi-rovaniya rossiyskoy vyisshey shkolyi v situatsii sotsialnogo riska.// Vestnik BGU. 2012. № 1-2. S132-137.
- 4. Gostenina V.I., Lupenkova E.Yu.Tsennostnyie orientiryi i sotsialnyie faktoryi reformirovaniya rossiyskoy vyisshey shkolyi.// Srednerusskiy vestnik obschestvennyih nauk. 2010.№4. S.43-49.
- 5. Gostenina V.I., Lupenkova E.Yu., Shilina S.A.Upravlencheskiy diskurs v sisteme tsennostnyih orientatsiy sub'ektov elektoralnogo protsessa..//Ezhegodnik NII fundamen-talnyih i prikladnyih issledovaniy. 2014. № 1 (5). S. 145-152.
- 6. Gostenina V.I. Sotsialnoe partnerstvo v formiruyuscheysya ryinochnoy ekonomike Rossii (Sotsialno- upravlencheskiy aspekt) // Dis. D. sotsiol.n. / Moskovskiy pedagogiche-skiy gosudarstvennyiy universitet. M. 2004.
- 7. Gostenina V.I., Melnikov S.L. Upravlenie obrazovaniem v nauchno issledova-telskiy zhurnal. 2017. № 1-3 (55) S. 144-147.
- 8. Moiseenko N.A., Shilina S.A. Sotsiologicheskoe issledovanie motivov vyibora v diskurse elektorata. //Nauchnyiy zhurnal Diskurs. 2017. № 8 (10). S. 94-112.
- 9. Petuhova L.P., Eliseeva E. V., Veyler V.P., Makarova G.V., Gulyaeva I.V. Empiricheskoe issledovanie vzaimosvyazi individualno tipologicheskih osobennostey lichnosti i povedenie v kollektive studentov VUZa. // Sovremennyie issledovaniya sotsialnyih problem (elektronnyiy resurs). 2016.№ 3-2 (59). S.295-301.

Author's information

Moiseenko N.A. - master 1 course of the specialty «Sociology of management» of FSBEI «Bryansk state University named after academician I. G. Petrovsky», moiseenko-natali2010@yandex.ru

УДК 316.1

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ДИСКУРС КАК ТЕХНОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА ПО УКРЕПЛЕНИЮ ИНСТИТУТА СЕМЬИ

С.А. Шилина, М.А. Штельмухова

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье поднимаются актуальные проблемы управленческого дискурса как технологии социальной политики государства в области семейных отношений на современном этапе. Проведено социологическое исследование методом социологического опроса. Рассмотрено отношение молодежи к вопросам семьи и брака. Проанализированы мотивы вступления в брак и возможность влияния социальной политики государства на создание семьи. Ключевые слова: социологические исследования, семья, социальная политика, управленческий дискурс

Актуальность заявленной в названии статьи темы не вызывает сомнений: социальная семейная политика государства сегодня приобрела приоритетное значение (это отмечается, например, в работах С.А. Бедягина и др. «Витальная максима образа жизни» [4]; В.И. Гостениной и др. «Качество жизни: отражение социальной практики управления в российском обществе» [6]; В.И. Гостениной и др. «Социальные тренды управления и технологии критического дискурса в условиях российской реальности» [8]; П.Н. Киричка «Молох глобализации и духовные интенции российской молодёжи» [21]; его же «Под знаком фигуры умолчания: информационный фактор административной реформы» [23]; его же «Правовое поле социальной политики: вектор изменений» [24]; П.Н. Киричка и др. «Социальная политика региональной общности в публичной сфере» [26]; П.Н. Киричка «Номинальность и реальность системы управления» [22] и др.).

Очень важно рассмотреть шаги государства по укреплению института семьи, проанализировать, как благодаря управленческому дискурсу (понимаемому нами как технология коммуникативного взаимодействия общества и государства (см. об этом работы Киселёва А.Г. и др. «Управленческий дискурс как социальная коммуникативная технология в системе отношений государства и социума» [30]; Шилиной С.А. «Политический дискурс как разновидность управленческого дискурса: подходы к определению и интерпретации» [45]; Гостениной В.И. и др. «Социальные технологии управленческого дискурса в системе отношений государства и общества» [11]; Гостениной В.И. и др. «Управленческий дискурс в системе ценностных ориентаций субъектов электорального процесса» [9]; Гостениной В.И. и др. «Управленческий дискурс как технология социального взаимодействия субъекта власти и социума» [7]; Гостениной и др. «Коммуникативные основания управления мегаполисом (на материале управленческого дискурса)» [10]; Гостениной и др. «Управленческий дискурс как фактор формирования статуса региона (на примере Брянской области)» [12]; Гостениной и др. «Управленческий дискурс: кодовая технология конституирования имиджа государственной власти» [13]; а также ряд интересных работ П.Н. Киричка: «Витальный кодекс управленца» [15]; «Гуманитарный дискурс: продолжение спора» [16]; «Дуальность массмедийной коммуникации» [17]; «Коллизии «визуальности-духовности» в межкультурной коммуникации» [19]; «Массмедийный дискурс этнополитической коммуникации» [20] и др.)) решаются насущные проблемы социальной политики в вышеозначенной области. Важно также рассмотреть, какими мотивами руководствуются акторы при создании семьи, что служит основой стабильного брака, как относятся респонденты к шагам государства по укреплению института семьи и т.д. (см.об этом работы «Риски урбанизации в потенциале экономики» [31]; «Формирование у студентов семейных ценностей с помощью психосемантического метода» [33]; «Социологическое исследование «Проблемы дискурса молодой семьи»» [38]; «Модель социальная вместо медицинской: проблемы инвалидности в стране» [43]). Для того чтобы исследовать данные вопросы, нами (М.А. Штельмуховой – уточнено нами: С. Ш. и М. Ш.) был проведен социологический опрос.

Следует также отметить, что социология семьи как дисциплина зародилась в XIX веке и продолжает плодотворно развиваться до сих пор (об этом говорится в трудах таких авторов, как Бабосов Е.М., Мамедов А.К. «Социология науки» [3]; Киричёк П.Н. «Социокультурные основы государственного управления» [25]; Липай Т.П., Мамедов А.К. «Социальная стигматизация: социокультурные аспекты» [32]; Анисимова С.Г., Мамедов А.К. «Введение в теорию аномии: категориально-позитивный анализ» [1]). Социальная политика государства — это прямой показатель уровня жизни граждан и заботы правительства об их благосостоянии. Она характеризуется тем комплексом мероприятий, который направлен на решение социальных проблем большей части общества и предназначен для его жизнеобеспечения и нормального функционирования (см., например, работы Бабосова Е.М., Бабкина В.П., Мамедова А.К. «Социология управления» [2]; Киселева А.Г. «Региональная управленческая информация в государственном управлении: социологический анализ, опыт, проблемы» [28]; Киселёва А.Г. и др. «Реальные и номинальные коллизии в арсенале государственного управления» [29] и др.).

Это обозначает, что граждане страны имеют определенный уровень социальных гарантий, благоприятные условия для работы и проживания. Особого внимания заслуживает вопрос социальной политики государства в студенческой среде (работы, к примеру, Воронова К.А. и др. «Проблемы студенческой молодёжи: результаты социологических исследований 2015-2016 годов (на базе лаборатории «Социологии и социальных технологий» БГУ имени академика И.Г. Петровского)» [5]; Киричка П.Н. «Интегративные формы образования» [18]).

Выявить потребности граждан для устранения проблемных моментов в социальной сфере помогает метод социологического опроса. Он представляет собой сбор первичной социологической информации с помощью обращения к определенным группам людей, которых именуют респондентами. Особую остроту приобретают при этом вопросы обратной связи (об этой проблеме, например, работа Ж.В. Пузановой и др. [41]. Наличие обратной связи является несомненным признаком эффективности коммуникативного воздействия, а «социологический опрос — частный случай социального взаимодействия» [41, с. 861]. Важно при этом рассматривать работы по «... ключевым проблемам сравнительных исследований» [39, с. 19].

Семейная политика — это деятельность государства, это составная часть социальной политики семьи, которая ориентируется на укрепление, развитие и защиту ее прав и интересов, с помощью правового регулирования ее государством (например, работы Киселева А.Г. «Авторитет и сила власти» [27]; Мамедова А.К. «Этические параметры развития современной науки (опыт институционального анализа)» [34]; Мамедова А.К. и др. «Социологическое образование в России: тенденции развития» [35]; Мамедова А.К. и др. «Теоретические подходы к пониманию идентичности в современной социологической науке» [36] и др.).

Приоритетными направлениями социальной политики, направленной на институт семьи являются [44]:

- 1) Правовое обеспечение социальной политики;
- 2) Экономическая поддержка семей;
- 3) Создание условий для комбинации семейных и производственных функций;
- 4) Социальное обслуживание семьи;
- 5) Обеспечение ее здоровья;
- 6) Региональная семейная политика;
- 7) Содействие семьям, оказавшимся в сложных жизненных ситуациях.

Кроме того, социальная семейная политика характеризуется не только тем социальным уровнем, который обеспечивает государство, но и устранением тех факторов, которые порождают возникновение негативных последствий для института семьи.

Методы и организация исследования.

Государство всегда создает новые или дорабатывает уже имеющиеся законы, достижение поставленных задач которых является необходимым условием для полного развития социального института семьи. На период с 2014 по 2015 год государством была утверждена Концепция государственной семейной политики в России на период до 2025 года. Основны-

ми задачами Концепции ставят следующие пункты:

- развитие экономической самостоятельности семьи и создание условий для самостоятельного решения ею своей социальной функции;
- развитие системы государственной поддержки семей, в том числе при рождении и воспитании детей;
- создание механизмов поддержки семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий;
- развитие жизнеохранительной функции семьи и создание условий для обеспечения здоровья ее членов;
- повышение ценности семейного образа жизни, сохранение духовно-нравственных традиций в семейных отношениях и семейном воспитании;
- содействие в реализации воспитательного и культурно-образовательного потенциала семьи;
- обеспечение социальной защиты семей и детей, нуждающихся в особой заботе государства;
- профилактика семейного неблагополучия, детской безнадзорности и беспризорности;
- повышение эффективности системы социальной защиты семей с несовершеннолетними детьми, вовлеченными в сферу гражданского, административного и уголовного судопроизводства» [42].

Программами, реализуемыми на федеральном и региональном уровне являются программа «Материнский капитал» и «Молодая семья», в рамках которых производится всесторонняя поддержка молодых семей.

Программа «Материнский капитал» является действительно работающей в позитивном направлении. Действительна она с 2007 года и по сей день, это может свидетельствовать о ее эффективности. В рамках программы молодым семьям, родившим или усыновившим 3 ребенка предоставляется денежная выплата в размере 453 тыс. рублей. Брянская область стала одним из немногих субъектов Российской Федерации, реализовавшим региональную программу «Материнский капитал». По ней семьи, родившие или усыновившие третьего ребенка в период с 31.12.2011 по 31.12.2017 года, смогут получить областную выплату [37].

Региональная программа материнского капитала стартовала в Брянске и Брянской области с 1 января 2012 года, когда вступил в силу областной закон № 97-3 от 11.10.2011 «О дополнительных мерах социальной поддержки семей, имеющих детей, на территории Брянской области» [14].

По данной программе право на выплаты предоставляется с 2012 года только гражданам Российской Федерации, не менее года проживающим на территории Брянской области:

- женщинам, ранее не пользовавшимся региональным материнским капиталом;
- мужчинам, являющимся единственным усыновителем при вступлении в силу решения суда об усыновлении начиная с 1 января 2012 года;
- мужчинам, если его жена умерла, была признана недееспособной или ограниченной в дееспособности, лишена родительских прав в отношении третьего ребенка, совершила преступление против личности в отношении детей.
- Если один из детей умер, то право на выплату предоставляется, если было выдано свидетельство о рождении органом ЗАГС.

При предоставлении регионального материнского капитала не принимаются в счет дети:

- относительно которых заявитель лишен родительских прав или имеет место решение суда об отмене усыновления;
 - являющиеся падчерицами, пасынками на момент усыновления.

Предоставляются различные направления для распоряжения материнским капиталом. Его можно использовать [37]:

- На улучшение жилищных условий путем:

- 1) покупки жилья;
- 2) строительства дома;
- 3) погашения процентов по кредиту или внесения первоначального взноса на предоставление займа или кредита на покупку жилья;
 - 4) оплаты участия в долевом строительстве.
 - На образование детей:
 - 1) путем оплаты образовательных услуг по договору;
 - 2) путем оплаты проживания ребенка в общежитии по месту учебы.
 - На формирование накопительной пенсии матери.
 - На реабилитацию и адаптацию детей-инвалидов.

Другая программа - «Молода семья» реализуется в Брянске и Брянской области уже с 2005 года и на данный момент ее осуществление проходит в рамках государственной целевой программы «Жилье» запланированной на период с 2015 по 2020 год [40].

Условия участия в программе:

- участником программы может стать любая молодая семья без детей или с одним и более детьми, возраст супругов в которой менее 35 лет, или возраст одного из супругов в неполной семье с одним или более детьми не превышает 35 лет;
 - семья должна быть признана нуждающейся в улучшении жилищных условий;
- семья должна иметь достаточные денежные средства для получения кредита или денежного займа для оплаты части стоимости жилья, превышающей денежную выплату по программе (субсидия).

Предоставляется много различных направлений для распоряжения социальной помощи по программе «Молодая семья». Его можно использовать:

- на покупку жилья;
- на строительство собственного дома;
- на оплату первоначального взноса по кредитному договору или договору целевого займа;
- на погашение долга или процентов по ранее взятому кредиту на покупку/строительство жилья

Таким образом, реализуемые социальные программы поддержки молодых семей на федеральном и региональном уровнях действуют уже довольно длительный срок, что может прогнозировать позитивное развитие тенденций демографической политики государства.

Эмпирические индикаторы исследования: 1) мотивы вступления в брак; 2) наличие детей в семье; 3) желаемое количество детей в семье; 4) жилищные условия молодых семей; 5) владение информацией о программе социальной поддержки «Молодая семья»; 6) оценка эффективности программы «Молодая семья»; 7) владение информацией о программе социальной поддержки «Материнский капитал»; 8) оценка эффективности программы «Материнский капитал»; 9) сферы жизни молодой семьи, нуждающиеся в государственном регулировании; 10) степень защищенности молодой семьи; 11) необходимые социальные поддержки семейной политики государства; 12) оценка работы государства по поддержке молодой семьи.

В социологическом исследовании методом анкетирования, посвященному изучению эффективности социальной политики государства в отношении института молодой семьи, приняло участие 213 респондентов, 13 из которых было выбраковано при обработке анкет.

Результаты и их обсуждение.

Среди опрошенных респондентов детьми в своих семьях обзавелись 56% (112 чел.), осутствуют дети у 44% (88 чел.).

В зависимости от продолжительности брака, в котором состоят респонденты, мы видим тенденцию увеличения молодых семей с детьми с увеличением продолжительности брака. Так, в молодых семьях, состоящих в браке до года, лишь у 23,6% (16 чел.) от числа всех опрошенных есть дети, в семьях, существующих от 1 до 3-х лет, уже у 68,2% (60 чел) от числа всех опрошением продолжительности брака.

ла всех опрошенных в семье дети, а уже в семьях, состоящих в брачных отношениях от 3-х лет и более, у 81,8% (36 чел.) есть дети (Рис. 1).

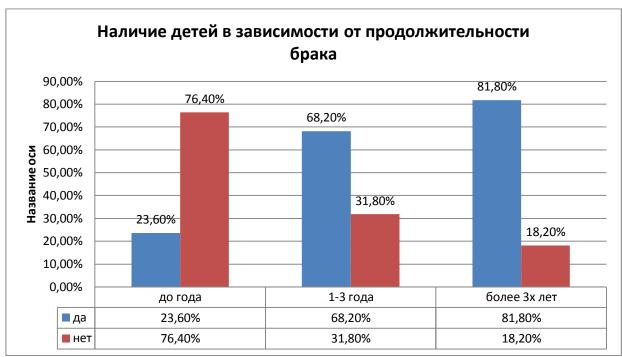


Рис. 1. - Наличие детей в молодых семьях в зависимости от продолжительности брака

Были проанализированы мнения респондентов по количеству желаемых ими детей и связаны с гендерным показателем. Так, мнения распределились следующим образом: одного ребенка хотят 5.9% (4 чел.) и 18.2% (24 чел.) мужчин и женщин соответственно, двоих детей -41.2% (28 чел.) мужчин и 66.6% (88 чел.), троих и более -29.4% (20 чел.) мужчин и 12.1% (16 чел.) женщин. Ни одного ребенка не хотя только 5.8% (4 чел.) опрошенных мужчин. Затруднились же ответить на данный вопрос 17.6% (12 чел.) мужчин и 3% (4 чел.) женщин (Рис. 2).

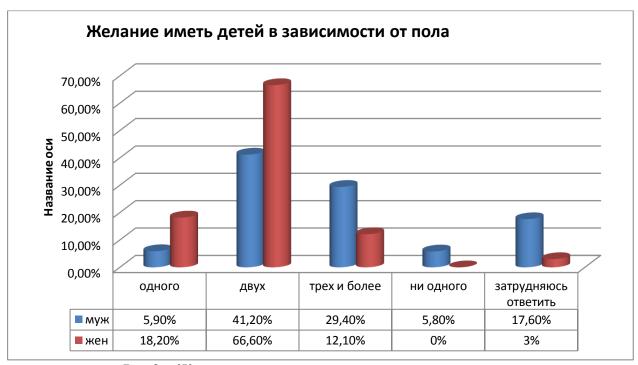


Рис. 2. - Желание иметь детей в зависимости от пола респондентов

Одним из вопросов, заданных респондентам, был вопрос касаемо их жилищных условий. Так, у 32% (64 чел.) есть собственная приватизированная квартира, 26% (52 чел.) снимают жилье, в собственном отдельном доме живут 16% (32 чел.), 12% (24 чел.) живут с родителями, по 6% (12 чел.) владеют квартирой в ипотеке и выбрали ответ «другое», и 2% (4 чел.) живут в приватизированной комнате в общежитии (Рис. 3).

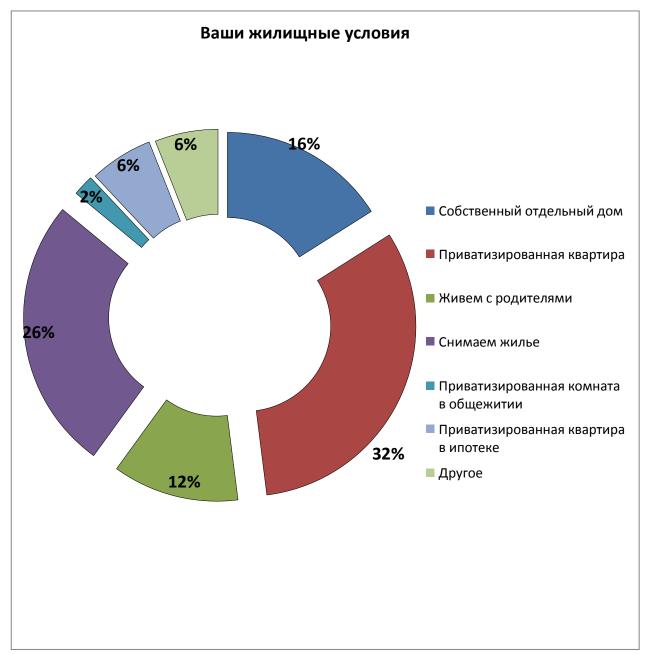


Рис. 3. - Жилищные условия респондентов

Была изучена степень владения информацией о программах поддержки молодых семей государством на федеральном и региональных уровнях. На вопрос «Знакомы ли Вы с программой «Молодая семья: доступное жилье?» знакомы и пользуются лишь 2% (4 чел.), знакомы и не пользуются 54% (108 чел.), не знакомы с программой поддержки молодых семей 44% (88 чел.) (Рис. 4).



Рис. 4. - Знание программы «Молодая семья: доступное жилье» респондентами

Из всех респондентов, ответивших положительно на вопрос «Знакомы ли Вы с условиями программы «Молодая семья: доступное жилье?», ответ «да» дали 26% (52 чел.), «нет» ответили 66% (132 чел.) и затруднились ответить на данный вопрос 8% (16 чел.). На основе положительных ответов респондентов на данный вопрос, была построена оценка эффективности программы, по которой эффективной ее считают только 8 % (4 чел.), не эффективной – 50% (24 чел.), затруднились ответить 42% (20 чел.) По результатам вопросов относительно программы «Молодая семья: доступное жилье», можно сделать что молодые семьи владеют информацией о программе и ее условиях в очень малой мере, что не позволяет в полной мере оценить ее эффективность (Рис. 5).



Рис. 5. - Оценка эффективности программы «Молодая семья: доступное жилье»

На вопрос «Знакомы ли Вы с программой «Материнский капитал?» ответы распределились следующим образом: знакомы и пользуются 8% (16 чел.), знакомы, но не пользуются 84% (168 чел.), не знакомы 8% (16 чел.) (Рис. 6).



Рис. 6. - Знание программы «Материнский капитал» респондентами

Из всех респондентов, ответивших положительно на вопрос «Знакомы ли Вы с условиями программы «Материнский капитал»?», ответ «да» дали 78% (156 чел.), «нет» ответили 22% (44 чел.). На основе положительных ответов респондентов на данный вопрос, была построена оценка эффективности программы, по которой эффективной ее считают только 41% (64 чел.), не эффективной – 54% (84 чел.), затруднились ответить 5% (8 чел.) (Рис. 7). По результатам вопросов относительно программы «Материнский капитал», можно сделать вывод, что молодые семьи в средней степени владеют информацией о программе и ее условиях. Однако, оценка данной поддержки молодых семей респондентами, гораздо выше, чем оценка программы, направленной на улучшение жилищных условий.

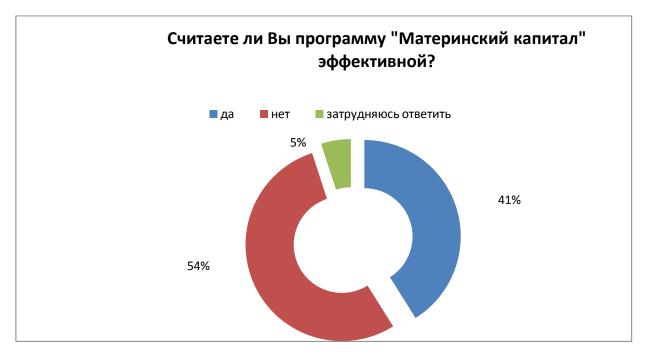


Рис. 7. - Оценка эффективности программы «атеринский капитал»

Также была изучена проблема с жильем со стороны мужчин и женщин, принявших участие в опросе. Так, прямую взаимосвязь между доступностью жилья и заключением брачных союзов видят 64,7 % (44 чел.) мужчин и 57,6% (76 чел.) женщин. Заключение брака не связывают с доступностью жилья 29,4% (20 чел.) мужчин и 24% (32 чел.) женщин. Затруднились ответить на вопрос «Изменится ли число браков, если жилье станет доступнее?» 5,8% (4 чел.) и 18,1% (24 чел.) мужчин и женщин соответственно. Результат анализа вопроса о доступности жилья и связь его с гендерным показателем, показывает, что проблема жилья актуальна как для мужской части общества, так и для женской (Рис. 8).

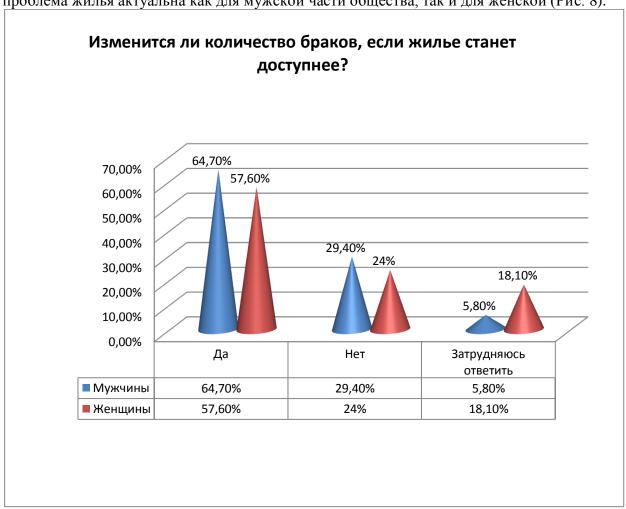


Рис. 8. - Зависимость между доступностью жилья и количествомбрачных союзов по гендерному показателю

Вопрос о социальной защищенности семей был рассмотрен с позиций респондентов, состоящих в семейных отношениях различное время. Так наиболее защищенными считают себя молодые семьи, чей брачный союз длится до 1 года — 33,3% (20 чел.) считают свою семью социально защищенной, в семьях продолжительностью 1-3 года 11,8% (2 чел.), семьи, возраст которых более 3х лет и вовсе не считают себя защищенными со стороны государства. Наибольшую степень социальной незащищенности вырази респонденты из семей, возраст которых 1-3 года, из них 76,4% (52 чел.) считают свою семью незащищенной, 70% (28 чел.) из семей возраст которых больше 3х лет солидарны с предыдущей взрастной группой молодых семей. Наименьшую же степень социальной незащищенности выразили респонденты из семей, союз которых менее года (Рис. 9).

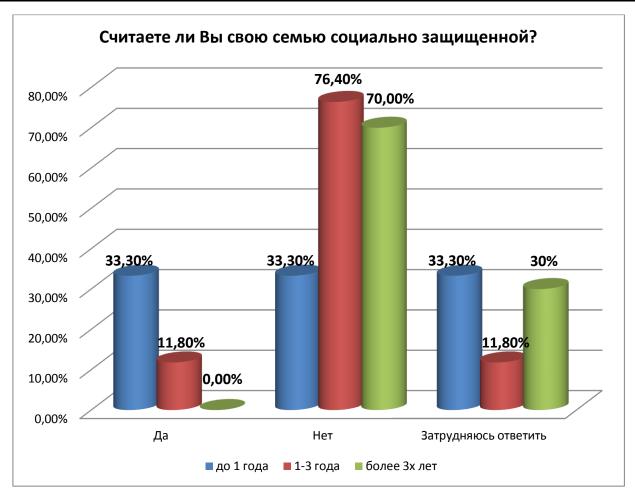


Рис. 9. - Показатель защищенности молодых семей со стороны государства на разных периодах молодой семьи

На вопрос «Что бы Вы предложили внести в список гарантированных социальных поддержек семейной политики государства?» респонденты наиболее значимыми признали предоставление лицам, осуществляющим уход за ребенком в возрасте до 3 лет, возможности получения новой профессии в период такого ухода и предоставление семьям - неполным, воспитывающим ребенка-инвалида или двоих и более детей-инвалидов, - кратковременных услуг няни территориальными центрами социального обслуживания населения, этот вариант ответа выбрали по 62% (124 чел.) респондентов. Далее следует вариант поддержки - развитие системы льготного кредитования супружеских пар, страдающих бесплодием, для проведения экстракорпорального оплодотворения — 60% (120 чел.); за вариант освобождение от призыва на военную службу, службу в резерве отцов, воспитывающих троих и более детей выступили 38% (76 чел.) опрошенных, 22%(44 чел.) выбрали вариант развитие «услуг социальной передышки» - освобождение родителей от ухода за ребенком-инвалидом на некоторое время для восстановления сил или решения семейно-бытовых вопросов и 2%(4 чел.) ответили «другое» (Рис. 10).

Также респондентам было предложено оценить деятельность государства по укреплению института молодой семьи по 5ти балльной шкале, где «5» - высокоэффективная работа, а «1» - малоэффективная. В итоге в 5 баллов работу государства оценили 2% (4 чел.) респондентов, в 4 балла -22% (44 чел.), в 3 балла -42% (84 чел.), в 2 балла -26% (52 чел.), и в 1 балл -8% (16 чел.). Из результатов, полученных в ответах респондентов на этот вопрос, мы видим, что молодые люди считают нынешнюю систему социальной поддержки государством молодой семьи малоэффективной (Рис. 11).



Рис. 10. Распределение мнений респондентов по поводу социальных поддержек семей государством

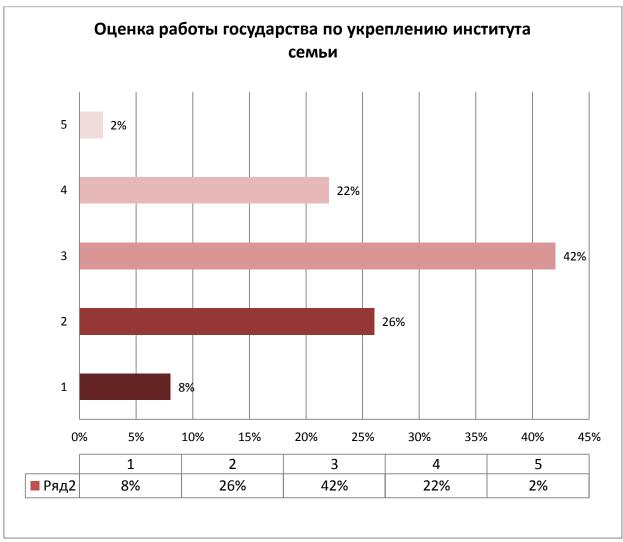


Рис. 11. - Оценка респондентами работы государства по укреплению института семьи по 5-тибалльной шкале

Таким образом, на основе ответов, полученных на вопросы анкеты «Отражение социальной политики государства по укреплению института молодой семьи», мы видим, что эта социальная группа имеет свои особенности, проблемные стороны и нуждается в постоянном изучении. Необходимо более полное ознакомление молодых семей с программами, проводимыми для их поддержки. Основными проблемами молодой семьи на данный момент является плохая информированность, проблемы с жильем, трудоустройством. Но есть и позитивные стороны, это то, что семья не теряет традиционных ценностей, важным для нее остается репродуктивная функция, желание иметь детей, хорошее образование и достойную работу для обеспечения своей семьи.

Выводы.

Нами были выработаны рекомендации по повышению эффективности социальной политики государства в отношении молодой семьи.

Полученные по результатам социологического опроса данные свидетельствуют о неутешительных результатах работы социальной политики государства по укреплению института семьи. Для устранения этих моментов необходимо постоянно проводить различные социологические обследования института молодой семьи.

На основе результатов был разработан ряд мер, необходимых для реализации, чтобы повысить действенность социальной политики, проводимой как на федеральном, так и на региональном уровне.

1. Поиск путей решения проблем молодых семей с жильем. Для более уверенного по-

ложения семей, необходимо повысить процент молодых семей, имеющих собственное отдельное жилье. Для улучшения социального положения и увеличения чувства социальной защищенности, что является одними из факторов, толкающих молодые семьи к обзаведению детьми, необходимо повысить уровень семей, имеющих собственное жилье до 75%. Добиться таких результатов можно путем:

- направления мероприятий в сторону рынка недвижимости: заключать договора с застройщиками на строительство квартир, предназначенных для молодых семей, что сократит затрату времени и сил молодых семей на жилье, ведь многие из них в своем возрасте еще некомпетентны в данном вопросе;
 - создания торгов для молодых семей, желающих улучшить жилищные условия;
- создание базы данных жилья, предлагаемых молодым семьям на специальных условиях по сниженной цене (из-за необходимости срочно продать жилье, из-за особенности места положения жилья и др.);
- провести подпрограмму по постройке квартала «Молодая семья» с детским садом, школой и поликлиникой на его территории;
- трудоустройство супругов молодых семей. Так как в современном постоянно претерпевающем изменения обществе особо остро стоит вопрос по поиску рабочих мест и устройству на них, необходимо принимать меры способствующие трудоустройству супругов из молодых семей. Содержание семьи требует от молодых людей, состоящих в брачных отношениях хорошего рабочего места и достойной оплаты труда. Но в нынешнее время работодатели хотят видеть в качестве членов своих трудовых коллективов опытных людей.

Поэтому необходимо внедрять следующие мероприятия по поддержке молодых семей:

- трудоустройство выпускников учебных учреждений по направлению;
- трудоустройство в первую очередь членов молодых семей, имеющих одного или более детей;
- предоставление бесплатной возможности получения востребованной на момент обращения на биржу труда специальности, с последующим трудоустройством.

Юридические консультации. Большинство молодых семей недостаточно знают о действующих правовых законах, касающихся различных сфер жизни, что делает их незащищенными. Чтобы восполнить знания и предоставить достаточную информацию для уверенного ощущения себя, необходимо предпринять следующие меры:

- проводить бесплатные юридические консультации по вопросам трудового, семейного, административного, уголовного права;
- создать вечерние группы, куда молодые семьи смогут приходить вместе или один из супругов для получения юридических знаний;
- проводить консультации по поводу действующих программ социальной поддержки молодых семей и возможностях их участников: что дозволено, что запрещено.

Психологическая работа с молодыми парами. Молодая семья обладает своими психологическими особенностями, сталкивается с различными сложностями в процессе становления, рождения детей, поиска работы и поиска самого себя. Не все молодые люди вступают в брак уже осознанно и не всегда это бывает по инициативе обоих молодоженов. Для того, чтобы предотвратить распады брачных союзов на ранних стадиях и необдуманные действия в виде абортов, что плохо сказывается на демографической ситуации и стабильности общества, необходимо, чтобы молодым семьям было куда обратиться за помощью и поддержкой. Комплекс мероприятий, направленных на психологическую поддержку должен включать в себя:

- возможность получения молодыми семьями бесплатных психологических консультаций;
- посещение молодыми супругами психологических тренингов, подготавливающих их к сложным ситуациям, правильному выходу из конфликтных ситуаций, к будущему родительству и т.д.

Введение молодых семей в курс дела по действующим программам социальной поддержки семей. Из-за плохого владения условиями действующих программ, молодые семьи не могут в полной мере воспользоваться их возможностями, поэтому необходимо:

- проводить собрания, на которых молодые семьи будут знакомить с действующими программами, их условиями, порядке подачи заявлений на участие в них;
- в обязательном порядке доносить до каждого об изменениях в действующих программах и подписания указов о новых программах;
- печатать листовки, буклеты, плакаты с информацией о программах поддержки молодых семей;
 - доносить информацию об эффективности действующих программ.

Бесплатные медицинские обследования. В связи с развитием бесплодия у людей репродуктивного возраста, необходимо:

- проводить комплексное бесплатное обследование молодых супругов на выявление заболеваний репродуктивной системы;
- выделять денежные средства из федерального и регионального фонда на лечение такого рода заболеваний;
 - ввести льготное ЭКО;
- проводить семинары о профилактике женского и мужского здоровья, защите от ЗППП и ИППП;
- проведение массовых спортивных мероприятий, пропагандирующих здоровый образ жизни.

Укрепление семей. Для установления семьи как важнейшей ценности, сохранении традиционных оснований семьи и мотивов вступления в брак, необходимо:

- проводить массовые культурно-развлекательные мероприятия, посвященные Дню матери, Дню отца, Дню семьи, Дню семьи, любви и верности, на которых молодые семьи должны принимать непосредственное участие;
 - проводить выставки фотографий молодых семей;
- проводить квесты, марафоны, викторины среди молодых семей с вручением полезных призов;
- проводить различные акции «Один день молодой семьи», для молодых семей с детьми «Парад детских колясок», что будет являться пропагандой детей для еще не имеющих пар детей;
- выделять средства на оплату части или полной стоимости путевок в санатории для молодых семей;
- сделать льготным проезд на авиа и железнодорожные билеты для членов молодых семей и их детей.

Таким образом, применение мер относительно социальной политики в отношении молодой семьи должно оказывать всестороннюю поддержку социальных сторон их жизни. Данные меры направлены на полноценное выполнение семьями своих функций, сплочение, ведение здорового образа жизни, ведь здоровая семья на этапе начального становлений несет за собой становление традиционной крепкой семьи, а ведь именно семья — основа общества. Состояние института семьи отражается и на состоянии государства в целом.

Список литературы

- 1. Анисимова С.Г., Мамедов А.К. Введение в теорию аномии: категориально-позитивный анализ: монография / С.Г. Анисимова, А.К. Мамедов; Евразийский фонд социальных исслед. М., 2010.
- 2. Бабосов Е.М., Бабкин В.П., Мамедов А.К. Социология управления: учебное пособие: (для системы корпоративной учебы) / Е.М. Бабосов, В.П. Бабкин, А.К. Мамедов; МПО ОАО «Газпром», Социологический фак. МГУ им. М.В. Ломоносова. М., 2012.
 - 3. Бабосов Е.М., Мамедов А.К. Социология науки (учебное пособие для бакалавров)

- / Бабосов Е. М., Мамедов А. К. // Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Социологический фак. М., 2011. Сер. Социология.
- 4. Бедягин С.А., Киричёк П.Н. Витальная максима образа жизни // Регионология. 2014. № 1 (86), С. 99-108.
- 5. Воронов К.А., Задойко А.В., Лифанова Т.Е., Моисеенко С.А., Терещенкова Е.В., Шилина С.А. Проблемы студенческой молодёжи: результаты социологических исследований 2015-2016 годов (на базе лаборатории «Социологии и социальных технологий» БГУ имени академика И.Г. Петровского) // Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований. 2016. № 1 (8). С. 107-122.
- 6. Гостенина В.И., Волкова Г.Г., Кузина С.А., Лупенкова Е.Ю., Шилина С.А. Качество жизни: отражение социальной практики управления в российском обществе // Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований за 2009 год. Брянск: РИО Брянского государственного университета, 2010. 182 с. С. 96-104.
- 7. Гостенина В.И., Качалков А.Ю., Шилина С.А. Управленческий дискурс как технология социального взаимодействия субъекта власти и социума // Власть. 2015. № 8. С 128-133.
- 8. Гостенина В.И., Лупенкова Е.Ю., Лифанова Т.Е., Шилина С.А. Социальные тренды управления и технологии критического дискурса в условиях российской реальности // Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований за 2015 год. Брянск: РИО Брянского государственного университета, 2015. 200 с. С. 147-158.
- 9. Гостенина В.И., Лупенкова Е.Ю., Шилина С.А. Управленческий дискурс в системе ценностных ориентаций субъектов электорального процесса// Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований за 2013 год. Брянск: РИО Брянского государственного университета, 2014. 186 с. С. 145-152.
- 10. Гостенина В.И., Мамедов А.К., Шилина С.А. Коммуникативные основания управления мегаполисом (на материале управленческого дискурса). М.: МАКС Пресс, 2016. 192 с.
- 11. Гостенина В.И., Шилина С.А. Социальные технологии управленческого дискурса в системе отношений государства и общества // Социально-гуманитарные знания. 2012. № 1. С. 68-78.
- 12. Гостенина В.И., Шилина С.А. Управленческий дискурс как фактор формирования статуса региона (на примере Брянской области)// Вестник Брянского государственного университета. № 2. 2012. С. 267-272.
- 13. Гостенина В.И., Шилина С.А. Управленческий дискурс: кодовая технология конституирования имиджа государственной власти // Среднерусский вестник общественных наук. № 2. 2012. Орел: РАНХиГС при Президенте РФ. С. 29-34.
- 14. Закон Брянской области № 97-3 от 11.10.2011 г. «О дополнительных мерах социальной поддержки семей, имеющих детей, на территории Брянской области» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/974020448 (Дата последнего обращения 24.03.2017)
- 15. Киричёк П.Н. Витальный кодекс управленца // Инновационные технологии управления: Сборник научных статей. М., 2016. С. 243-248.
- 16. Киричёк П.Н. Гуманитарный дискурс: продолжение спора // Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация. 2016. № 2 (3). С. 81-83.
- 17. Киричёк П.Н. Дуальность массмедийной коммуникации // Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация. 2015. № 1 (1). С. 5-11.
- 18. Киричёк П.Н. Интегративные формы образования // Высшее образование в России. 1997. № 1. С. 154.
- 19. Киричёк П.Н. Коллизии «визуальности-духовности» в межкультурной коммуникации // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 1. С. 167-177.
- 20. Киричёк П.Н. Массмедийный дискурс этнополитической коммуникации // Коммуникология. 2016. Т. 4. № 1. С. 29-41.
 - 21. Киричёк П.Н. Молох глобализации и духовные интенции российской молодёжи /

- В сборнике: Русский универсум в условиях глобализации. Сборник статей участников Всероссийской научно-практической конференции. Научный редактор: Е.В. Валеева; Ответственный редактор: С.В. Напалков; Арзамасский филиал НГГУ; Фонд «Русский мир». 2016. С. 139-148.
- 22. Киричёк П.Н. Номинальность и реальность системы управления // Практический дискурс высшей школы / Сборник докладов Международной научно-практической конференции. 2016. С. 117-121.
- 23. Киричёк П.Н. Под знаком фигуры умолчания: информационный фактор административной реформы // Социология власти. 2009. № 4. С. 16-27.
- 24. Киричёк П.Н. Правовое поле социальной политики: вектор изменений / Система ценностей современного общества. 2014. № 33. С. 52.
- 25. Киричёк П.Н. Социокультурные основы государственного управления // Международный научно-исследовательский журнал. 2014. № 3-3 (22). С. 110-113.
- 26. Киричёк П.Н., Золина Г.Д. Социальная политика региональной общности в публичной сфере // Культурная жизнь Юга России. 2014. № 3 (54). С. 46-50.
- 27. Киселев А.Г. Авторитет и сила власти // Менеджмент в России и за рубежом. 2000. № 2. С. 35-43.
- 28. Киселев А.Г. Региональная управленческая информация в государственном управлении: социологический анализ, опыт, проблемы: монография. М., 2003.
- 29. Киселёв А.Г., Киричёк П.Н. Реальные и номинальные коллизии в арсенале государственного управления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2016. Т. 16. № 3. С. 510-518.
- 30. Киселёв А.Г., Шилина С.А. Управленческий дискурс как социальная коммуникативная технология в системе отношений государства и социума: монография. М.: ИНФРА-М, 2017. 120 с.
- 31. Комков Д.Е., Киричёк П.Н. Риски урбанизации в потенциале экономики / Актуальные проблемы современного общества. 2016. № 4. С. 84-89.
- 32. Липай Т.П., Мамедов А.К. Социальная стигматизация: социокультурные аспекты // Труд и социальные отношения. 2008. № 11. С. 43-52.
- 33. Лифанова Т.Е. Формирование у студентов семейных ценностей с помощью психосемантического метода // Категория «социального» в современной педагогике и психологии. Материалы научно-практической конференции (заочной) с международным участием. Редколлегия сборника: А.Н. Ярыгин, А.А. Коростелев, О.И. Донина и др. Ульяновск, 2013. С. 385-389.
- 34. Мамедов А.К. Этические параметры развития современной науки (опыт институционального анализа) // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2011. № 1. С. 53-64.
- 35. Мамедов А.К., Темнова Л.В. Социологическое образование в России: тенденции развития// Социальная политика и социология. 2014. Т. 2. № 4-1 (105). С. 94-107.
- 36. Мамедов А.К., Якушина О.И. Теоретические подходы к пониманию идентичности в современной социологической науке // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2015. № 1. С. 43-59.
- 37. Материнский капитал в Брянске и Брянской области [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://materinskij-kapital.ru/region/bryansk/ (Дата последнего обращения 24.03.2017)
- 38. Моисеенко С.А., Шилина С.А. Социологическое исследование «Проблемы дискурса молодой семьи» // Научный альманах [Science almanac]. 2016. № 3-4 (17). С. 178-183.
- 39. Нарбут П.Н., Троцук И.В. Сравнительный подход как базовая исследовательская ориентация: ключевые методологические проблемы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2015. № 15 (4). С. 7-19.
- 40. Программа «Молодая семья» в Брянске и Брянской области в 2017 году [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.ohome.ru/regions-list_pages-32.html (Дата последнего обращения 24.03.2017)

- 41. Пузанова Ж.В., Ларина Т.И. «Субъективная» и «объективная» неискренность в социологических опросах: диагностика по невербальным проявлениям // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2016. № 16 (4). С. 859-869.
- 42. Распоряжение Правительства РФ от 25.08.2014 N 1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики в РФ на период до 2025 года» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/36787.html (дата последнего обращения 24.03.2017)
- 43. Рогачева Л.В., Киричёк П.Н. Модель социальная вместо медицинской: проблемы инвалидности в стране // В сборнике: Актуальные проблемы обеспечения устойчивого экономического и социального развития регионов: сборник материалов 4 международной научно-практической конференции. 2013. С. 49-52.
 - 44. Холостова Е.И. Социальная политика. Спб.: Питер. 2012. С. 99-115.
- 45. Шилина С.А. Политический дискурс как разновидность управленческого дискурса: подходы к определению и интерпретации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2017. 17 (1). С. 116-123.

Сведения об авторах

Шилина С.А. – доктор социологических наук, доцент ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Штельмухова М.А. – магистр 1 курса направления подготовки «Социология управления» ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

UDK 314.624.2

MANAGERIAL DISCOURSE AS A TECHNOLOGY OF SOCIAL POLICY TO STRENGTHEN FAMILY INSTITUTION

S.A. Shilina, M.A. Shtelmukhova

Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky

The article raises important problems of managerial discourse as a technology of social policy in the field of family relations at the present stage. A sociological survey was conducted by the method of sociological survey. Considered the attitude of youth to family and marriage. Analyzed the reasons of marriage and the possibility of the influence of social policy on families.

Key words: sociological study, family, social policy, managerial discourse

References

- 1. Anisimova S.G., Mamedov A.K. Vvedenie v teoriyu anomii: kategorialno-pozitivnyiy analiz: monografiya / S.G. Anisimova, A.K. Mamedov ; Evraziyskiy fond sotsialnyih issled. M., 2010.
- 2. Babosov E.M., Babkin V.P., Mamedov A.K. Sotsiologiya upravleniya : uchebnoe posobie : (dlya sistemyi korporativnoy uchebyi) / E.M. Babosov, V.P. Babkin, A.K. Mamedov; MPO OAO «Gazprom», Sotsiologicheskiy fak. MGU im. M.V. Lomonosova. M., 2012.
- 3. Babosov E.M., Mamedov A.K. Sotsiologiya nauki (uchebnoe posobie dlya bakalavrov) / Babosov E. M., Mamedov A. K. // Moskovskiy gos. un-t im. M.V. Lomonosova, Sotsiologicheskiy fak. M., 2011. Ser. Sotsiologiya.
- 4. Bedyagin S.A., KirichYok P.N. Vitalnaya maksima obraza zhizni // Regionologiya. 2014. №1 (86). S. 99-108.

- 5. Voronov K.A., Zadoyko A.V., Lifanova T.E., Moiseenko S.A., Tereschenkova E.V., Shilina S.A. Problemyi studencheskoy molodYozhi: rezultatyi sotsiologicheskih issledovaniy 2015-2016 godov (na baze laboratorii «Sotsiologii i sotsialnyih tehnologiy» BGU imeni akademika I.G. Petrovskogo) // Ezhegodnik NII fundamentalnyih i prikladnyih issledovaniy. 2016. № 1 (8). S. 107-122.
- 6. Gostenina V.I., Volkova G.G., Kuzina S.A., Lupenkova E.Yu., Shilina S.A. Kachestvo zhizni: otrazhenie sotsialnoy praktiki upravleniya v rossiyskom obschestve // Ezhegodnik NII fundamentalnyih i prikladnyih issledovaniy za 2009 god. Bryansk: RIO Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta, 2010. 182 s. S. 96-104.
- 7. Gostenina V.I., Kachalkov A.Yu., Shilina S.A. Upravlencheskiy diskurs kak tehnologiya sotsialnogo vzaimodeystviya sub'ekta vlasti i sotsiuma // Vlast. 2015. № 8. S 128-133.
- 8. Gostenina V.I., Lupenkova E.Yu., Lifanova T.E., Shilina S.A. Sotsialnyie trendyi upravleniya i tehnologii kriticheskogo diskursa v usloviyah rossiyskoy realnosti // Ezhegodnik NII fundamentalnyih i prikladnyih issledovaniy za 2015 god. Bryansk: RIO Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta, 2015. 200 s. S. 147-158.
- 9. Gostenina V.I., Lupenkova E.Yu., Shilina S.A. Upravlencheskiy diskurs v sisteme tsennostnyih orientatsiy sub'ektov elektoralnogo protsessa// Ezhegodnik NII fundamentalnyih i prikladnyih issledovaniy za 2013 god. Bryansk: RIO Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta, 2014. 186 s. S. 145-152.
- 10. Gostenina V.I., Mamedov A.K., Shilina S.A. Kommunikativnyie osnovaniya upravleniya megapolisom (na materiale upravlencheskogo diskursa). M.: MAKS Press, 2016. 192 s.
- 11. Gostenina V.I., Shilina S.A. Sotsialnyie tehnologii upravlencheskogo diskursa v sisteme otnosheniy gosudarstva i obschestva // Sotsialno-gumanitarnyie znaniya. 2012. № 1. S. 68-78.
- 12. Gostenina V.I., Shilina S.A. Upravlencheskiy diskurs kak faktor formirovaniya statusa regiona (na primere Bryanskoy oblasti)// Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. № 2. 2012. S. 267-272.
- 13. Gostenina V.I., Shilina S.A. Upravlencheskiy diskurs: kodovaya tehnologiya konstituirovaniya imidzha gosudarstvennoy vlasti // Srednerusskiy vestnik obschestvennyih nauk. № 2. 2012. Orel: RANHiGS pri Prezidente RF. S. 29-34.
- 14. Zakon Bryanskoy oblasti № 97-Z ot 11.10.2011 g. «O dopolnitelnyih merah sotsialnoy podderzhki semey, imeyuschih detey, na territorii Bryanskoy oblasti» [Elektronnyiy resurs] // Rezhim dostupa: http://docs.cntd.ru/document/974020448 (Data poslednego obrascheniya 24.03.2017)
- 15. KirichYok P.N. Vitalnyiy kodeks upravlentsa // Innovatsionnyie tehnologii upravleniya: Sbornik nauchnyih statey. M., 2016. S. 243-248.
- 16. KirichYok P.N. Gumanitarnyiy diskurs: prodolzhenie spora // Nauchnyiy vestnik Kubanskogo gosudarstvennogo universiteta. Mediakommunikatsiya. 2016. № 2 (3). S. 81-83.
- 17. KirichYok P.N. Dualnost massmediynoy kommunikatsii // Nauchnyiy vestnik Kubanskogo gosudarstvennogo universiteta. Mediakommunikatsiya. 2015. №1 (1). S. 5-11.
- 18. KirichYok P.N. Integrativnyie formyi obrazovaniya // Vyisshee obrazovanie v Rossii. 1997. № 1. S. 154.
- 19. KirichYok P.N. Kollizii «vizualnosti-duhovnosti» v mezhkulturnoy kommunikatsii // Znanie. Ponimanie. Umenie. 2016. № 1. S. 167-177.
- 20. KirichYok P.N. Massmediynyiy diskurs etnopoliticheskoy kommunikatsii // Kommunikologiya. 2016. T. 4. № 1. S. 29-41.
- 21. KirichYok P.N. Moloh globalizatsii i duhovnyie intentsii rossiyskoy molodYozhi / V sbornike: Russkiy universum v usloviyah globalizatsii. Sbornik statey uchastnikov Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Nauchnyiy redaktor: E.V. Valeeva; Otvetstvennyiy redaktor: S.V. Napalkov; Arzamasskiy filial NGGU; Fond «Russkiy mir». 2016. S. 139-148.
- 22. KirichYok P.N. Nominalnost i realnost sistemyi upravleniya // Prakticheskiy diskurs vyisshey shkolyi / Sbornik dokladov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 2016. S. 117-121.

- 23. KirichYok P.N. Pod znakom figuryi umolchaniya: informatsionnyiy faktor administrativnoy reformyi // Sotsiologiya vlasti. 2009. № 4. S. 16-27.
- 24. KirichYok P.N. Pravovoe pole sotsialnoy politiki: vektor izmeneniy / Sistema tsennostey sovremennogo obschestva. 2014. № 33. S. 52.
- 25. KirichYok P.N. Sotsiokulturnyie osnovyi gosudarstvennogo upravleniya // Mezhdunarodnyiy nauchno-issledovatelskiy zhurnal. 2014. № 3-3 (22). S. 110-113.
- 26. KirichYok P.N., Zolina G.D. Sotsialnaya politika regionalnoy obschnosti v publichnoy sfere // Kulturnaya zhizn Yuga Rossii. 2014. № 3 (54). S. 46-50.
- 27. Kiselev A.G. Avtoritet i sila vlasti // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. 2000. № 2. S. 35-43.
- 28. Kiselev A.G. Regionalnaya upravlencheskaya informatsiya v gosudarstvennom upravlenii: sotsiologicheskiy analiz, opyit, problemyi: monografiya. M., 2003.
- 29. KiselYov A.G., KirichYok P.N. Realnyie i nominalnyie kollizii v arsenale gosudarstvennogo upravleniya // Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhbyi narodov. Seriya: Sotsiologiya. 2016. T. 16. № 3. S. 510-518.
- 30. KiselYov A.G., Shilina S.A. Upravlencheskiy diskurs kak sotsialnaya kommunikativnaya tehnologiya v sisteme otnosheniy gosudarstva i sotsiuma: monografiya. M.: IN-FRA-M, 2017. 120 s.
- 31. Komkov D.E., KirichYok P.N. Riski urbanizatsii v potentsiale ekonomiki / Aktualnyie problemyi sovremennogo obschestva. 2016. № 4. S. 84-89.
- 32. Lipay T.P., Mamedov A.K. Sotsialnaya stigmatizatsiya: sotsiokulturnyie aspektyi // Trud i sotsialnyie otnosheniya. 2008. №11. S. 43-52.
- 33. Lifanova T.E. Formirovanie u studentov semeynyih tsennostey s pomoschyu psihosemanticheskogo metoda // Kategoriya «sotsialnogo» v sovremennoy pedagogike i psihologii. Materialyi nauchno-prakticheskoy konferentsii (zaochnoy) s mezhdunarodnyim uchastiem. Redkollegiya sbornika: A.N. Yaryigin, A.A. Korostelev, O.I. Donina i dr. Ulyanovsk, 2013. S. 385-389.
- 34. Mamedov A.K. Eticheskie parametryi razvitiya sovremennoy nauki (opyit institutsionalnogo analiza) // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18: Sotsiologiya i politologiya. 2011. № 1. S. 53-64.
- 35. Mamedov A.K., Temnova L.V. Sotsiologicheskoe obrazovanie v Rossii: tendentsii razvitiya// Sotsialnaya politika i sotsiologiya. 2014. T. 2. № 4-1 (105). S. 94-107.
- 36. Mamedov A.K., Yakushina O.I. Teoreticheskie podhodyi k ponimaniyu identichnosti v sovremennoy sotsiologicheskoy nauke // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18: Sotsiologiya i politologiya. 2015. № 1. S. 43-59.
- 37. Materinskiy kapital v Bryanske i Bryanskoy oblasti [Elektronnyiy resurs] // Rezhim dostupa: http://materinskij-kapital.ru/region/bryansk/ (Data poslednego obrascheniya 24.03.2017)
- 38. Moiseenko S.A., Shilina S.A. Sotsiologicheskoe issledovanie «Problemyi diskursa molodoy semi» // Nauchnyiy almanah [Science almanac]. 2016. № 3-4 (17). S. 178-183.
- 39. Narbut P.N., Trotsuk I.V. Sravnitelnyiy podhod kak bazovaya issledovatelskaya orientatsiya: klyuchevyie metodologicheskie problemyi // Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhbyi narodov. Seriya: Sotsiologiya. 2015. № 15 (4). S. 7-19.
- 40. Programma «Molodaya semya» v Bryanske i Bryanskoy oblasti v 2017 godu [Elektronnyiy resurs] // Rezhim dostupa: http://www.ohome.ru/regions-list_pages-32.html (Data poslednego obrascheniya 24.03.2017)
- 41. Puzanova Zh.V., Larina T.I. «Sub'ektivnaya» i «ob'ektivnaya» neiskrennost v sotsiologicheskih oprosah: diagnostika po neverbalnyim proyavleniyam // Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhbyi narodov. Seriya: Sotsiologiya. 2016. № 16 (4). S. 859-869.
- 42. Rasporyazhenie Pravitelstva RF ot 25.08.2014 N 1618-r «Ob utverzhdenii Kontseptsii gosudarstvennoy semeynoy politiki v RF na period do 2025 goda» [Elektronnyiy resurs] // Rezhim dostupa: http://www.consultant.ru/law/hotdocs/36787.html (data poslednego obrascheniya 24.03.2017)
 - 43. Rogacheva L.V., KirichYok P.N. Model sotsialnaya vmesto meditsinskoy: problemyi

invalidnosti v strane // V sbornike: Aktualnyie problemyi obespecheniya ustoychivogo ekonomicheskogo i sotsialnogo razvitiya regionov: sbornik materialov 4 mezhdunarodnoy nauchnoprakticheskoy konferentsii. 2013. S. 49-52.

- 44. Holostova E.I. Sotsialnaya politika. Spb.: Piter. 2012. S. 99-115.
- 45. Shilina S.A. Politicheskiy diskurs kak raznovidnost upravlencheskogo diskursa: podhodyi k opredeleniyu i interpretatsii // Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhbyi narodov. Seriya: Sotsiologiya. 2017. 17 (1). S. 116-123.

Author's information

- S.A. Shilina –doctor of sociological Sciences, associate Professor, FSBEI HE Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, E-mail KafedraRandPR@yandex.ru
- M.A. Shtelmukhova master student 1 course of the specialty «Sociology of management», E-mail KafedraRandPR@yandex.ru

ПРАВО

УДК 323.212

ДЕМОКРАТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ В СИСТЕМЕ ПОСТРОЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В.К. Токторова

Кыргызско-Узбекский университет

В статье обосновывается необходимость формирования гражданского общества в Кыргызской республике. Рассматриваются препятствия и драйверы формирования демократического государства. Ключевые слова: гражданское общество, демократия, социальные институты, политические процессы.

Современные глобальные социальные сдвиги обусловливают появление разнообразия форм общественных конфигураций, порождают целый ряд деструктивных явлений - конфликтов, войн, разрушений природы и культуры, нарастание социальных рисков. Общественные трансформации происходят в условиях нарастания глобальных рисков, которые возникают на самой высокой ступени развития производительных сил, имеют большую разрушительную силу, необратимые и невидимые, является следствием растущих потребностей потребителей, имеющих универсальный характер («догоняют» каждого), вызывают социально- и политически опасные ситуации, обусловливают разделение индивидов на тех, кто больше всего от них страдает, и тех, кто получает от них выгоду.

Вместе с тем, социальные изменения в условиях глобализации опасны не только разрушением межличностного взаимодействия людей, потерей ответственности лица перед сообществом и снижением социальной активности людей. Глобальная экспансия серийного производства имеет тенденцию к «всемирному отождествлению» и социокультурной унификации, ведет к резкому «обвалу» социальных структур национальных обществ. При таком общественном порядке «неактуальными» становятся целые государства, народы, нивелируются их культурные, исторические традиции. В условиях нового глобального порядка под угрозой оказывается уникальная самобытность отдельных сообществ, национальная безопасность государства, при этом возрастает роль социальных движений, усиливается маргинализация социальной среды, девальвируются общественные ценности и теряются общественные ориентиры. В результате терпит крах вера в конец дороги, по которой мы движемся к цели исторических изменений в состояние совершенства, которое будет достигнуто завтра, в следующем году или тысячелетии, в новое хорошее общество и т.д.

К внешним проблем традиционно добавляются внутренние противоречия общественно-политического бытия государства: отсутствие в течение длительного времени государственности, тоталитарное прошлое, быстрая смена ценностных ориентиров в последние несколько лет [12]. По мнению Черниковой В.Е. [21], недостаток общественно значимых целей является хроническим, что постоянно приводило к индивидуалистскому разногласию или к той стадно-колхозной форме коллективизма, что влекла за собой, с одной стороны, деградацию полноценных индивидуальностей, а с другой,- апофеоз анонимных нулей, превращая национальность в легкую добычу, игрушку в чужих руках.

В современных условиях деструктивные явления в обществе все больше углубляются, что пагубно влияет на его сплоченность и эффективность [17]. Усиление тенденций глобализации и информатизации приводит к кризису личностной идентичности [2], обострение противостояния между безграничной индивидуальной свободой и чрезмерным социальным контролем - к росту социальной напряженности [4]. Адекватным ответом на эти и другие глобальные и локальные вызовы, по нашему мнению, является демократизация национального общества и наращивание сил стабильности и жизнеспособности.

Составить целостное представление о вышеупомянутых процессах невозможно без учета проблематики социального капитала. Она привлекает внимание как зарубежных, так и отечественных ученых. Причем тема социального капитала, прочно вплетенная в социально-экономические, политические, социологические, психологические, социально-философские исследования, вызывает потребность систематизации концепций и определения основных стратегий методологии его теоретического и практического анализа.

Социальный капитал является относительно новой концепцией в западноевропейском обществоведении, поскольку его оформление произошло в конце XX в., хотя понятие «социальный капитал» получило распространение еще в первые десятилетия этого же века. Основы концепции социального капитала составили идеи социального взаимодействия, доверия, готовности граждан к ассоциации, практическая реализация которых обеспечивает рост индивидуальной свободы человека, общественного порядка, качества жизни населения и тому подобное.

Понятие «социальный капитал» образовано из двух терминов: «социальный» (от лат. Socialis - общественный, общественный) и «капитал» (от лат. Capitalis - «главный, важный»). Термин «социальный» обозначает общественный строй, сферу взаимодействия людей, совместные усилия ради достижения общей цели, а, следовательно, - подчеркивает общественную природу вышеупомянутого феномена. Важное содержательное значение имеет термин «капитал», которым в античной философии называли культуру ведения хозяйства. К. Маркс в одноименной работе толкует капитал как определенную стоимость, состоящую из производственных отношений, средств труда и детерминирует тип общественно-исторической формации. Современная наука пользуется производными от него терминами «человеческий капитал», «интеллектуальный капитал», «социальный капитал», «информационный капитал», «культурный капитал» и др.

Вместе с тем, среди исследователей, внедрявших понятие «социальный капитал» в научный оборот (П. Бурдье, Г. Лоури, Дж. Коулмен, Р. Патнэм, Ф. Фукуяма, Л. Ханифан), определяли различные его смысловые нагрузки. Чтобы глубже раскрыть сущность социального капитала общества, осуществим тщательный анализ этого понятия.

Так, французский социолог П. Бурдье социальным капиталом называет ресурсы, которые формируются в результате семейных отношений и взаимодействий в социальной группе, которая образуется в результате участия индивидов. То есть социальный капитал, по его мнению, - это совокупность имеющихся или потенциальных ресурсов, связанных с включением индивидов к сетевым или институциализированным взаимоотношениям, обеспечивает солидарность, как в масштабах социальных объединений, так и общества в целом. На формирование социального капитала личности влияет социальное окружение и прирожденный социальный статус индивида, его уровень образования, степень овладения культурными навыками, связи с влиятельными людьми. Анализируя взаимосвязь различных форм капитала (экономического, культурного, социального, символического), П. Бурдье подчеркивает, что социальный капитал дает возможность накапливать экономические блага, однако, его формирование требует соответствующих экономических, культурных, символических затрат.

В неразрывной связи с понятием «человеческий капитал» рассматривает социальный капитал американский обществовед Дж. Коулмен. По мнению ученого, социальный капитал - это неотъемлемая составляющая человеческого капитала, основанная на доверии и умении индивидов сотрудничать с целью создания новых групп и ассоциаций. Фактически Дж. Коулмен отождествляет социальный капитал с потенциалом взаимного доверия и помощи, относя к нему обязательства, ожидания и надежность структуры, информационные каналы и социальные нормы и эффективные санкции. Мыслитель использует понятие социального капитала и для характеристики совместных различных ассоциаций - семей, общин, предприятий, профсоюзов, органов власти. Таким образом, социальный капитал - это производительный ресурс, социальное благо, которое возникает в процессе межличностные взаимодействия, обеспечивает стабильность социальной системы и повышает личностные

ресурсы человека.

В семиотической концепции французского философа-постструктуралиста Р. Барта социальный капитал возникает определенной совокупностью ресурсных объединений и организаций, которая имеет сетевую природу. Подчеркивая сущностную сложность этого социального феномена, философ называет его «вариацией различных сущностей» и отмечает, что «все сущности состоят из некоторого аспекта социальной структуры» и «способствуют осуществлению некоторых поступков индивидов, принадлежащих к этой структуре». При этом социальный капитал функционирует исключительно в форме сети, механизмами вхождения в которой выступают очевидность поощрения и совместные достижения выгоды; очевидность творческих усилий и объединения усилий ради конкретных преимуществ.

Американский философ Ф. Фукуяма рассматривает социальный капитал как своеобразную культуру, то есть совокупность неформальных ценностей и норм, которых придерживаются члены общественного движения, что позволяет сотрудничать друг с другом. Такая культура является основой сотрудничества между гражданами, имеет конкретно-исторический характер, поскольку нормы взаимности укоренились в социокультурных традициях. Основываясь на этических кодах, выполняющие роль социальных регулятивов, социальный капитал воспроизводится из поколения в поколение через обычаи, традиции, религию и другие социальные институты.

Однако, признавая историческую преемственность в накоплении социального капитала, Ф. Фукуяма подчеркивает и такие принципы человеческого взаимодействия, как спонтанность, стихийность, неформальность, приводящие к ассоциативным инновациям. Базовыми ценностями как традиционных, так и спонтанных форм социального взаимодействия Ф. Фукуяма называет доверие и толерантность. Как справедливо замечает философ, доверие - это возникающие у членов общества ожидание того, что другие его члены будут вести себя более или менее предсказуемо, честно и с вниманием к нуждам окружающих, в согласии с некоторыми общественными нормами». Причем, чем выше уровень доверия в обществе, тем больше в нем, по мнению философа, проявляется тенденция к созданию добровольных ассоциаций, а в итоге это непосредственно сказывается на экономическом благосостоянии общества.

Большим благом не только для отдельно взятой общины, но и для общества в целом считает социальный капитал Р. Патнэм. По его мнению, социальный капитал является «важным фактором политической стабильности, эффективности правительств и даже экономического прогресса». Более того, ученый убежден, что общественное сотрудничество, которое происходит в результате взаимодействия на основе горизонтального и вертикального доверия, является большим сокровищем, чем экономические и человеческие ресурсы. К основным формам социального капитала он относит сети («горизонтальные» человеческие отношения), социальные нормы и институциализированное в социальных практиках доверие.

На основании анализа факторов ассоциативного членства среди американцев в своей работе «Игра в кегли наедине: упадок социального капитала Америки» Р. Патнэм выразил обеспокоенность ослаблением доверия и интенсивности общения граждан. Среди причин этих негативных явлений ученый указал продолжение рабочего дня и растущий недостаток времени и денег, безудержный рост пригородов, что затрудняет межличностные контакты, негативное влияние средств массовой коммуникации, которые оставляют все меньше времени на активность, отдых, благотворительность и сдвиг от общественного сознания к эгоизму и гедонизма. Таким образом, природа социального капитала, с точки зрения Р. Патнэма, кроется в активном взаимодействии между индивидами, совместные действия которых детерминированы культурой доверия и толерантности.

Подытоживая вышесказанное, целесообразно, по нашему мнению, выделить несколько основных подходов к интерпретации социального капитала общества, сложившиеся в западной обществоведческой традиции.

Первый подход (П. Бурдье, Р. Барт) рассматривает социальный капитал как совокупность ресурсов общин, образующиеся в результате включения индивидов в сетевые или институциализированные взаимоотношения, основанные на взаимовыгоде, совместных усилиях, активном участии, творческих инициативах и становятся источником мощного социального воздействия.

В рамках второго подхода (Дж. Коулмен, Р. Патнэм) отмечается роль взаимного доверия, взаимоподдержки, толерантности как основы гражданского сотрудничества. Рост социального капитала, который происходит в результате активизации социальных контактов и участия граждан в организациях гражданского общества, определяется главным условием эффективного функционирования демократии. Такой подход интерпретирует социальный капитал как одну из основ формирования демократии, средство решения социальных проблем и достижения общественной солидарности.

Третий подход (Ф. Фукуяма) к анализу социального капитала акцентирует его эвристическую и аксиологическая сущность, определяет как совокупность знаний, умений, навыков, ценностей, традиций, а также установок и жизненного опыта индивидов, которые возникают в общественном сознании как социально значимые и такие, дающие возможность повышать общественную самоорганизацию. В рамках этого подхода признается весомая роль социального капитала не только в решении социальных проблем граждан, но и в деле экономического процветания государства и его политической стабильности.

Не вызывает сомнений тот факт, что пути наращивания социального капитала и его место в трансформационных процессах имеют свои особенности как на Западе, так и в национальном обществе [3; 19].

Общей для вышеупомянутых исследователей стала мысль о том, что наша страна сейчас находится на начальном этапе становления новых форм социальности, а, к тому же, страдает от унаследованных с советских времен проблем: посттоталитарного сознания, низкого уровня политического и гражданского участия и доверия к государственным структурам и т.д.

Анализируя перспективы формирования социального капитала в нашей стране необходимо отметить, что оставляет желать лучшего имеющаяся ресурсная база взаимодействия государства и общественно-политических движений в государстве. В этой связи на пути создания гражданского общества, которое сплачивает общество, способствует укреплению демократических принципов, обеспечивает экономическое процветание государства, можно определить следующие препятствия:

- наиболее популярным среди чиновников и лидеров общественных движений, как и раньше, остается административный ресурс [20];
- слабое развитие информационного и правового обеспечения, а также их недооценка, особенно на уровне местного самоуправления [16];
- механизмы доступа общественных движений к необходимым источникам финансирования не просто не разработаны, но часто искусственно усложнены со стороны бюрократического аппарата [8];
- недостаточная профессиональная подготовка (компетентность) государственных служащих и лидеров общественных движений, которые должны непосредственно участвовать в налаживании развития продуктивного взаимодействия [13].

Как видим, создание механизмов социальной солидарности затрудняется в связи с чрезмерным вмешательством государства в пространство гражданского общества, несоблюдением прав человека, бюрократическими преградами профессиональной неосведомленностью общественных лидеров. Исправить такую ситуацию, по мнению современных исследователей, способны такие демократические технологии развития гражданского общества:

- регулярное информирование граждан о деятельности государственных органов власти [1];
 - выявление социально активных групп граждан, а также обеспечения

систематической работы с ними [18];

- укрепление обратных связей, что позволяет проверять жизнеспособность решений, принимаемых властью, и направлять их на различных стадиях реализации [23];
- реализация целевых образовательных программ для организации обучения перспективных работников и лидеров общественных движений, положительно зарекомендовали себя в практической деятельности [7];
- развитие потенциала гражданского общества неправительственных организаций, союзов, профессиональных, культурных и спортивных ассоциаций для всех возрастных групп населения [5];
- поощрение культурных и образовательных обменов между различными регионами страны для достижения лучшего понимания, толерантности, сотрудничества, а, соответственно, доверия между представителями общества с помощью программ лидерства, стажировок, программ молодых будущих лидеров, региональных и общенациональных конкурсов и масштабных культурных проектов [22];
- поощрение международных обменов, в частности, с соседними странами и странами с традиционно высоким уровнем развития социального капитала, обмен и внедрение лучших практик и успешного опыта, реализация совместных проектов [11], всесторонняя поддержка и инвестиции в отрасль образования и науки, ведь не вызывает сомнений тесная связь между качественным образованием, хорошим воспитанием, приобретением гуманных ценностей, таких как честная конкуренция, соблюдение правил игры, уважение к себе и окружающим и высокий уровень доверия и эффективного сотрудничества между людьми в обществе.

Вместе с тем, как подчеркивает С.Н. Кочеров, рост социального капитала является моральным ресурсом жизнеспособного общества, степени и условием его гражданского развития [10].

Исследования европейских и отечественных образцов эволюции социального процесса в направлении формирования гражданского общества позволило нам выделить следующие основные факторы гражданского развития:

- а) способность людей добровольно (без вмешательства государства) самоорганизовываться в группы, братства, общества, кооперативы, организации, общины для хозяйственной взаимопомощи и культурно-образовательного сотрудничества [9];
- б) индивидуальная гражданская активность, привлекает к преданности общественным делам, гражданской порядочности, солидарности [6];
- в) гражданское сознание, поддерживаемое самодисциплиной и самоконтролем лица, сотрудничеством, патриотизмом, доверием, способностью ее к жертвенности ради общественного блага [14].

Таким образом, первостепенное значение для развития гражданского общества в современных условиях приобретает способность людей добровольно (вне вмешательства государства) самоорганизовываться в группы, братства, общества, кооперативы, организации, общины для хозяйственной взаимопомощи и культурно-образовательного сотрудничества. «Именно в общине - подчеркивает А. де Токвиль - заключается сила свободы народа. Общественные институты играют для становления независимости именно ту роль, что и начальные школы для науки; ... учат народ использовать свободу, наслаждаться ее мирным характером. Без гражданских институтов нация может сформировать свободное пространство, однако настоящего духа свободы она так и не вступит».

В общественных объединениях создаются возможности для полноценного взаимодействия с органами власти, реализуются проекты социального действия, направленные на решение неотложных социальных проблем, рождаются действенные стратегии социального развития, повышается потенциал на местах и проекты социального действия. Можно согласиться с Д.А. Макаровским [15] который утверждает, что община создает и поддерживает механизм социальной солидарности, создает и приумножает социальный капитал - пространство, где ценятся доверие, взаимопомощь.

Список литературы

- 1. Акулич Е.М., Коновалов В.В. Социальные ожидания жителей Тюмени как условие формирования имиджа города // Социология города. 2013. № 2. С. 34-43.
- 2. Андреев А.Л., Курилов С.Н. Жизненный мир россиян: 25 лет спустя (конец 1980-х середина 2010-х гг.) // Вопросы философии. 2016. № 8. С. 214-216.
- 3. Аникин В.И. Информационное обеспечение систем международной безопасности // Информатизация систем безопасности ИСБ-95 Материалы Четвертой Международной конференции, Международного форума информатизации. 1995. С. 18-20.
- 4. Воронов В.В., Лавриненко О.Я. Доходы населения Латвии: уровень дифференциация, динамика // Социологические исследования. 2011. № 9. С. 47-53.
- 5. Гнатюк М.А. Механизм и порождающая динамика инерционной зависимости современного российского общества от советского прошлого: социально-философский анализ // Общество: философия, история, культура. 2017. № 6. С. 26-28.
- 6. Димаева Ф.В. Влияние традиции на формирование личности // Теоретические и прикладные проблемы науки и образования в 21 веке сборник научных трудов по материалам Международной заочной научно-практической конференции: в 10 частях. 2012. С. 49-50.
- 7. Живов Н.Д. Защита политических прав и свобод граждан российской федерации // Правовые и нравственные аспекты обеспечения безопасности личности и государства на современном этапе политических и экономических санкций сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Н.В. Хураськина (отв. редактор). 2016. С. 125-129.
- 8. Зарецкий А.М. Политические партии Казахстана история и современность // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2015.№ 11-12. С. 143-150.
- 9. Коваленко С.Г. Неформальные экономические практики на дальнем востоке в период активного формирования бюрократического рынка 1950–1960-х гг. // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. № 3. С. 164-169.
- 10. Кочеров С.Н. Русская идея как предмет философского анализа: к вопросу о необходимости философии идей // Credo new. 2010. № 1. С. 7.
- 11. Кузьминков В.В. К истории территориального размежевания между Россией и Японией: японский взгляд. Москва, 2016. 304 с.
- 12. Кульгачев И.П. Морально-психологический потенциал военной мощи государства: сущность, содержание и формирование: автореф. дисс. ... канд. философ.наук. Москва, 2000.-21 с.
- 13. Лаврентьев А.Р., Трусов Н.А., Коннов И.А. Местное самоуправление в России: состояние и перспективы. Дзержинск, 2014. 526 с.
- 14. Люкшин Д.И., Галеева М.А. Канун второй русской смуты: демография, экономика, политическая социология // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. 2016. № 1. С. 164.
- 15. Макаровский Д.А. Человек как объект мифологизации и манипулирования в культуре XX века // Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Санкт-Петербург, 2009.-133 с.
- 16. Мицык Г.Ю. Форма осуществления власти органами местного самоуправления // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. № 12. С. 121-125.
- 17. Перенджиев А.Н. Антитеррористическая политика современного российского государства // Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. Москва, 2007.-198 с.
- 18. Попов В.В., Музыка О.А., Тимофеенко В.А. Противоречия в контексте переходных периодов транзитивного общества // Международный журнал экспериментального образования. 2016. \mathbb{N} 7. С. 111.

- 19. Сыроед Н.С. Об общественной опасности легализации однополых браков // Семья и общество: теория и практика решения актуальных проблем Сборник трудов. Владивосток, 2014. С. 26-31.
 - 20. Усманова Р.М. Системность в местном самоуправлении. Уфа, 2003. 140 с.
- 21. Черникова В.Е. Конфликт традиционных моральных ценностей и ценностей информационного общества // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2014. № 3 (144). С. 45-50.
- 22. Ящук Н.Ю. Состояние и перспективы развития межэтнических отношений на юге России // Молодежь и наука: реальность и будущее Материалы VIII Международной научнопрактической конференции. 2015. С. 565-567.
- 23. Gryaznukhina T.V., Gryaznukhin A.G. Cultural dialogue development between russia and Siberia at the turn of XIX–XX centuries // European researcher. Series A. 2013. № 9-1 (58). C. 2269-2274.

Об авторах

Токторова В.К. – старший преподаватель Кыргызско-Узбекского университета, *chief.nauk@yandex.ru*.

UDC 323.212

DEMOCRATIC INSTRUMENTS IN THE SYSTEM OF CONSTRUCTION OF CIVIL SOCIETY IN THE KYRGYZ REPUBLIC

V.C. Toktorova

Kyrgyz-Uzbek University

The article substantiates the necessity of forming a civil society in the Kyrgyz Republic. The obstacles and drivers of the formation of a democratic state are considered.

Keywords: civil society, democracy, social institutions, political processes.

References

- 1. Akulich E.M., Konovalov V.V. Sotsialnyie ozhidaniya zhiteley Tyumeni kak uslovie formirovaniya imidzha goroda // Sotsiologiya goroda. 2013. № 2. S. 34-43.
- 2. Andreev A.L., Kurilov S.N. Zhiznennyiy mir rossiyan: 25 let spustya (konets 1980-h seredina 2010-h gg.) // Voprosyi filosofii. 2016. № 8. S. 214-216.
- 3. Anikin V.I. Informatsionnoe obespechenie sistem mezhdunarodnoy bezopasnosti // Informatizatsiya sistem bezopasnosti ISB-95 Materialyi Chetvertoy Mezhdunarodnoy konferentsii, Mezhdunarodnogo foruma informatizatsii. 1995. S. 18-20.
- 4. Voronov V.V., Lavrinenko O.Ya. Dohodyi naseleniya Latvii: uroven, differentsiatsiya, dinamika // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2011. № 9. S. 47-53.
- 5. Gnatyuk M.A. Mehanizm i porozhdayuschaya dinamika inertsionnoy zavisimosti sovremennogo rossiyskogo obschestva ot sovetskogo proshlogo: sotsialno-filosofskiy analiz // Obschestvo: filosofiya, istoriya, kultura. 2017. № 6. S. 26-28.
- 6. Dimaeva F.V. Vliyanie traditsii na formirovanie lichnosti // Teoreticheskie i prikladnyie problemyi nauki i obrazovaniya v 21 veke sbornik nauchnyih trudov po materialam Mezhdunarodnoy zaochnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 10 chastyah. 2012. S. 49-50.

- 7. Zhivov N.D. Zaschita politicheskih prav i svobod grazhdan rossiyskoy federatsii // Pravovyie i nravstvennyie aspektyi obespecheniya bezopasnosti lichnosti i gosudarstva na sovremennom etape politicheskih i ekonomicheskih sanktsiy sbornik materialov Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 2 chastyah. N.V. Huraskina (otv. redaktor). 2016. S. 125-129.
- 8. Zaretskiy A.M. Politicheskie partii Kazahstana istoriya i sovremennost // Sovremennaya nauka: aktualnyie problemyi teorii i praktiki. Seriya: Ekonomika i pravo. 2015.№ 11-12. S. 143-150.
- 9. Kovalenko S.G. Neformalnyie ekonomicheskie praktiki na dalnem vostoke v period aktivnogo formirovaniya byurokraticheskogo ryinka 1950–1960-h gg. // Gumanitarnyie, sotsialno-ekonomicheskie i obschestvennyie nauki. 2013. № 3. S. 164-169.
- 10. Kocherov S.N. Russkaya ideya kak predmet filosofskogo analiza: k voprosu o neobhodimosti filosofii idey // Credo new. 2010. № 1. S. 7.
- 11. Kuzminkov V.V. K istorii territorialnogo razmezhevaniya mezhdu Rossiey i Yaponiey: yaponskiy vzglyad. Moskva, 2016. 304 s.
- 12. Kulgachev I.P. Moralno-psihologicheskiy potentsial voennoy moschi gosudarstva: suschnost, soderzhanie i formirovanie: avtoref. diss. ... kand. filosof.nauk. Moskva, 2000. 21 s.
- 13. Lavrentev A.R., Trusov N.A., Konnov I.A. Mestnoe samoupravlenie v Rossii: sostoyanie i perspektivyi. Dzerzhinsk, 2014. 526 s.
- 14. Lyukshin D.I., Galeeva M.A. Kanun vtoroy russkoy smutyi: demografiya, ekonomika, politicheskaya sotsiologiya // Vestnik NII gumanitarnyih nauk pri Pravitelstve Respubliki Mordoviya. 2016. № 1. S. 164.
- 15. Makarovskiy D.A. Chelovek kak ob'ekt mifologizatsii i manipulirovaniya v kulture XX veka // Dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni kandidata filosofskih nauk. Sankt-Peterburg, $2009.-133~\mathrm{s}.$
- 16. Mitsyik G.Yu. Forma osuschestvleniya vlasti organami mestnogo samoupravleniya // Nauchno-metodicheskiy elektronnyiy zhurnal Kontsept. 2015. № 12. S. 121-125.
- 17. Perendzhiev A.N. Antiterroristicheskaya politika sovremennogo rossiyskogo gosudarstva // Dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni kandidata politicheskih nauk. Moskva, 2007. 198 s.
- 18. Popov V.V., Muzyika O.A., Timofeenko V.A. Protivorechiya v kontekste perehodnyih periodov tranzitivnogo obschestva // Mezhdunarodnyiy zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya. 2016. № 7. S. 111.
- 19. Syiroed N.S. Ob obschestvennoy opasnosti legalizatsii odnopolyih brakov // Semya i obschestvo: teoriya i praktika resheniya aktualnyih problem Sbornik trudov. Vladivostok, 2014. S. 26-31.
 - 20. Usmanova R.M. Sistemnost v mestnom samoupravlenii. Ufa, 2003. 140 s.
- 21. Chernikova V.E. Konflikt traditsionnyih moralnyih tsennostey i tsennostey informatsionnogo obschestva // Vestnik Adyigeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Regionovedenie: filosofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kulturologiya. 2014. № 3 (144). S. 45-50.
- 22. Yaschuk N.Yu. Sostoyanie i perspektivyi razvitiya mezhetnicheskih otnosheniy na yuge Rossii // Molodezh i nauka: realnost i buduschee Materialyi VIII Mezhdunarodnoy nauchnoprakticheskoy konferentsii. 2015. S. 565-567.
- 23. Gryaznukhina T.V., Gryaznukhin A.G. Cultural dialogue development between russia and Siberia at the turn of XIX–XX centuries // European researcher. Series A. 2013. N_{2} 9-1 (58). S. 2269-2274.

Author's information

Toktorova V.K. - senior lecturer at the Kyrgyz-Uzbek University, chief.nauk@yandex.ru.

УДК 342.92

АДМИНИСТРАТИВНОЕ ПРАВО В СИСТЕМЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ: ОБЗОР ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ

А.К. Эрматов

Баткенский государственный университет

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические подходы к административно-правовому регулированию общественных отношений. На основе проведенного обзора автором выделены некоторые общие признаки, присущие современным административно-правовым нормам.

Ключевые слова: административное право, правовое регулирование, общественные отношения, правовая норма, государственное управление.

Успешное функционирование механизма государственно-правового регулирования современных общественных отношений зависит в определенной степени от реализации административно-правовых отношений.

Административно-правовые отношения складываются из соответствующих прав, обязанностей и ответственности их участников. Выяснение и исследования административно-правовых отношений является частью разработки общей проблемы правовых отношений, традиционно, несколько сложна в их понимании, а в нашем случае - с институтом государственного и муниципального управления.

Прежде всего, отметим, что вопрос административно-правовых отношений, учитывая их важность, в свое время были предметом исследований отечественных и зарубежных исследователей.

В научной литературе указывается на то, что общественные отношения - это связи между людьми, устанавливающиеся в процессе их совместной деятельности [3; 19].

Что же касается понятия административно-правовых отношений, то Р.М. Усманова, в частности, называет такими отношениями правоотношения, основанные на нормах административного права [17].

А.А. Соловьев отмечает, что административно-правовые отношения являются системой прав и обязанностей органов государственной власти, должностных лиц и служащих, граждан и других субъектов [13].

И.М. Аблаев пишет, что предметом административного права являются общественные отношения, возникающие при осуществлении государственного управления [1].

Подобное определение дают и другие ученые, и под административно-правовыми отношениями понимают общественные отношения в сфере государственного управления, участники которых выступают носителями прав и обязанностей, урегулированных нормами административного права.

Несколько дополняют указанные выше определения понятия «административно-правовые отношения» В.В. Попов и др. [10], указывая, что административно-правовые отношения - это урегулированные нормами административного права общественные отношения, в которых их стороны (субъекты) взаимосвязаны и взаимодействуют путем осуществления субъектно-объективных прав и обязанностей, установленных и гарантированных соответствующими административно-правовыми нормами.

В своем диссертационном исследовании [8] Г.Ю. Мицык отмечает, что административно-правовые отношения являются урегулированными административно-правовой нормой общественными отношениями, складывающимися в области государственного управления и административной охраны общественного правопорядка, один из участников или все участники которых являются носителями властных полномочий, а также субъектов объективных прав и юридических обязанностей, которые находятся под охраной государства.

Интересным является также определение административно-правовых отношений, предложенное Т.Б. Смашниковой [15], согласно которому административно-правовые отношения - это урегулированные административно-правовыми нормами на основе категории «власть-подчинение» взаимоотношений (взаимосвязей), возникающих в сфере публичного (государственного и самоуправляющегося) управления, между органами государственного управления и иными субъектами административного права по реализации их субъективных прав и юридических обязанностей, осуществляются в особом правовом режиме обеспечения их законности со стороны государства.

По нашему мнению, правильным является замечание В.В. Бехер [2], что понятие административно-правовых отношений становится более широким и выходит за пределы государственного управления. Об этом, прежде всего, свидетельствует их освещение в учебной литературе.

П.П. Сергун [12] административно-правовые отношения рассматривает как общественные отношения, урегулированные нормами административного права, субъекты которых наделены правами и обязанностями в сфере обеспечения органами исполнительной власти и органами местного самоуправления реализации и защиты прав, свобод и законных интересов физических и юридических лиц.

Таким образом, в современной научной литературе под административно-правовыми отношениями понимают:

- 1) урегулированные административно-правовой нормой управленческие общественные отношения, в которых стороны выступают как носители взаимных обязанностей и прав, установленных и гарантированных административно-правовой нормой;
- 2) урегулированные нормами административного права общественные отношения, складывающиеся в сфере деятельности исполнительной власти;
- 3) урегулированные нормами административного права общественные отношения, складывающиеся в сфере управления;
- 4) разновидность правоотношений, т.е. общественных отношений, урегулированных нормами права.
- А.Г. Эртель считает [18], что административно-правовые отношения это общественные отношения, регулируемые административно-правовыми нормами, в которых одна из сторон наделена правом требовать от другой стороны в процессе исполнительной и распорядительной деятельности осуществление поведения указанной административно-правовой нормы, а также данное отношение охраняется государством.

Следует заметить, что подавляющее большинство административистов понимает под ними общественные отношения, урегулированные административно-правовыми нормами [4; 9; 16]. Остаются дискуссионными мнения относительно сферы данного правового регулирования. Это касается:

- 1) управления;
- 2) государственного управления;
- 3) деятельности исполнительной власти.

Указанные сферы правового-регулирования можно считать доминирующими, во время внутренне-организационной деятельности других органов и государственно-управленческой деятельности органов местного самоуправления, общественных организаций.

Мы считаем, что под административно-правовыми отношениями понимать урегулированные нормами административного права общественные отношения, которые складываются в сфере государственного управления, один из участников или все участники которых являются носителями властных полномочий, а также субъектов объективных прав и обязанностей, которые находятся под охраной государства.

Для административно-правовых отношений присущи следующие элементы [7; 20]: генетический, формальный и функциональный. Каждый из них имеет индивидуальные особенности, которые проявляются через взаимодействие, реализацию с помощью

определенных способов или связей с целью реализации прав и обязанностей участников отношений.

Указанные элементы и особенности административно-правовых отношений влияют на формирование общих черт, присущих всем правоотношениям. В частности это касается [6; 14]:

- урегулированности общественных отношений нормами права;
- наличие волевого воздействия норм права на общественные отношения;
- наличие субъективных прав и юридических обязанностей участников правоотношений.

Кроме того, можно выделить ряд черт, которые обобщают распространенный в науке административного права взгляд на признаки административно-правовых отношений, в частности [5; 11; 14]:

- 1) возникновение в сфере публичного управления;
- 2) одной из сторон обязательно выступает орган власти;
- 3) урегулирование административно-правовыми нормами;
- 4) их участники выступают носителями прав и обязанностей в сфере государственного управления;
 - 5) имеют государственно-общественный характер;
- 6) являются отношениями власти-подчинения и определяются юридическим неравенством сторон;
- 7) могут возникнуть по инициативе любого субъекта административного права, согласие другой стороны не является обязательным;
- 8) нарушение стороной своих обязанностей предопределяет ее ответственность перед государством в лице его компетентных органов;
 - 9) для органов управления их права являются одновременно и обязанностями;
- 10) за нарушение обязанностей применяются, как правило, меры административного принуждения;
- 11) споры между сторонами имеют особый правовой режим обеспечения законности (административный и судебный).

На основе выше сказанного, к основным признакам административно-правовых отношений следует отнести:

- права и обязанности сторон, связанные с исполнительной и распорядительной деятельностью государства и местного самоуправления;
- в административно-правовых отношениях одной из сторон всегда выступает субъект административной власти (орган государственного управления, должностное лицо, наделенное государственно-властными полномочиями, общественная организация);
- нарушение административно-правовой нормы влечет ответственность нарушителя перед государством;
- административно-правовые отношения являются властными отношениями, построенными на основе категории «власть-подчинение»;
- административно-правовые отношения по своей сути является разновидностью организационных отношений, которые отражают публично-правовой и государственный интерес, возникая по инициативе любого из участников этих отношений;
- споры, возникающие при нарушении административно-правовых отношений решаются в административном и судебном порядке;
- наличие конкретной общественной связи урегулирован административно-правовой нормой;
- возможность государственного принуждения в условиях необходимости его применения к участникам административно-правовых отношений, а именно: при выполнении обязанностей и осуществлении субъективных прав;
 - возникновение отношений на основании административно-правовых норм;
- осуществление административно-правовых отношений между субъектами на волевой основе, сознательно и целенаправленно.

Итак, в административно-правовых отношениях выражены и общие черты, присущие всем правовым отношениям, и некоторые особенности, обусловленные их спецификой.

Таким образом, для более четкого построения административно-правовых отношений необходимо провести систематизацию и упорядочение субъектов и объектов не только в экономической сфере, но и в других сферах человеческой деятельности, что станет предметом дальнейших наших исследований.

Список литературы

- 1. Аблаев И.М. Организационно-экономические формы государственно-частного партнерства // Экономические науки. 2012. № 97. С. 28-31.
- 2. Бехер В.В. Процессуальные правоотношения в сфере казначейского исполнения бюджета: автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. Саратов, 2007. 26 с.
- 3. Бушуев И.В. Наказание за преступления, совершенные по неосторожности // Юристъ Правоведъ. 2011. № 3. С. 48-53.
- 4. Корнев А.В., Кузьмин В.Н. Правовое обеспечение экологической безопасности в странах Евросоюза // Труд и социальные отношения. 2011. № 3. С. 136-150.
 - 5. Кузнецов В.К., Никонова Е.Г. Римское право. Новосибирск, 2005. 179 с.
- 6. Золотарь А.А., Валуйсков Н.В. Нормативно-правовое регулирование гражданскоправовой обязанности в структуре гражданского правоотношения // Аграрное и земельное право. 2016. № 10 (142). С. 58-62.
 - 7. Леонова Л.Л., Чупина А.М., Долгов А.С. Правоведение. Новосибирск, 2007. 136 с.
- 8. Мицык Г.Ю. Система субъектов отношений, регулируемых законодательством о защите прав потребителей: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Москва, 2013. 27 с.
- 9. Ольшанская Л.В. Вексель в дореволюционной России: история и законодательство // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2016.№ 12. С. 23-27.
- 10.Попов В.В., Музыка О.А., Коженко Я.В. Социальные трансформации в правовых отношениях // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 3-2. С. 315-318.
- 11. Семченков И.П. Объект преступления: социально-философские и методологические аспекты проблемы: автореф. . . . дисс. канд. юрид. наук. Москва, 2003. 18 с.
- 12.Сергун П.П. Поощрительные правовые нормы: проблемы теории // Право как социокультурная ценность Материалы конференции. 2001. С. 88-91.
- 13.Соловьев А.А. Систематизация законодательства о спорте (российский и зарубежный опыт): автореф. дисс. ... докт. юрид. наук. Москва, 2011. 58 с.
 - 14. Скаридов А.С. Морское право. Москва, 2014. 647 с.
- 15.Смашникова Т.Б. Административно-правовые методы противодействия незаконной миграции // Проблемы развития современного общества материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Горохов А.А., 2011. С. 140-144.
- 16. Ульянов А.Ю. Роль органов прокуратуры в исполнении решений конституционного суда России // Законность. 2017. № 4 (990). С. 21-24.
- 17. Усманова Р.М. Характеристика методов публичного регулирования общественных отношений в муниципальном праве // Государственная власть и местное самоуправление. 2012. № 5. С. 24-31.
- 18. Эртель А.Г. Проблемы и совершенствование источников правового регулирования международных перевозок // Современная научная мысль. 2015. № 2. С. 177-184.
- 19. Якушев В.А. Правовое регулирование благотворительности в древнерусском государстве и Руси в период удельной раздробленности // Юридическая наука. 2015. № 4. С. 31-35.
 - 20. Shashkova A.V. Study manual on bases of Russian law. Cambridge, 2015. 30 c.

Сведения об авторе

Эрматов А.К. – старший преподаватель Баткенского государственного университета, *chief.nauk@yandex.ru*.

UDC 342.92

ADMINISTRATIVE LAW IN THE SYSTEM OF REGULATION PUBLIC RELATIONS: THE REVIEW OF THEORETICAL APPROACHES

A.K. Ermatov

Batken State University

The article examines theoretical approaches to the administrative and legal regulation of social relations. Based on the review, the author outlined some common features inherent in modern administrative and legal norms. Keywords: administrative law, legal regulation, public relations, legal norm, public administration.

References

- 1. Ablaev I.M. Organizatsionno-ekonomicheskie formyi gosudarstvenno-chastnogo partnerstva // Ekonomicheskie nauki. 2012. № 97. S. 28-31.
- 2. Beher V.V. Protsessualnyie pravootnosheniya v sfere kaznacheyskogo ispolneniya byudzheta: avtoref. diss. ... kand. yurid. nauk. Saratov, 2007. 26 s.
- 3. Bushuev I.V. Nakazanie za prestupleniya, sovershennyie po neostorozhnosti // Yurist' − Pravoved'. 2011. № 3. S. 48-53.
- 4. Kornev A.V., Kuzmin V.N. Pravovoe obespechenie ekologicheskoy bezopasnosti v stranah Evrosoyuza // Trud i sotsialnyie otnosheniya. 2011. № 3. S. 136-150.
 - 5. Kuznetsov V.K., Nikonova E.G. Rimskoe pravo. Novosibirsk, 2005. 179 s.
- 6. Zolotar A.A., Valuyskov N.V. Normativno-pravovoe regulirovanie grazhdansko-pravovoy obyazannosti v strukture grazhdanskogo pravootnosheniya // Agrarnoe i zemelnoe pravo. 2016. № 10 (142). S. 58-62.
 - 7. Leonova L.L., Chupina A.M., Dolgov A.S. Pravovedenie. Novosibirsk, 2007. 136 s.
- 8. Mitsyik G.Yu. Sistema sub'ektov otnosheniy, reguliruemyih zakonodatelstvom o zaschite prav potrebiteley: avtoref. dis. ... kand. yurid. nauk. Moskva, 2013. 27 s.
- 9. Olshanskaya L.V. Veksel v dorevolyutsionnoy Rossii: istoriya i zakonodatelstvo // Sovremennaya nauka: aktualnyie problemyi teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnyie nauki. 2016.№ 12. S. 23-27.
- 10. Popov V.V., Muzyika O.A., Kozhenko Ya.V. Sotsialnyie transformatsii v pravovyih otnosheniyah // Mezhdunarodnyiy zhurnal prikladnyih i fundamentalnyih issledovaniy. 2017. № 3-2. S. 315-318.
- 11. Semchenkov I.P. Ob'ekt prestupleniya: sotsialno-filosofskie i metodologicheskie aspektyi problemyi: avtoref. ... diss. kand. yurid. nauk. Moskva, 2003. 18 s.
- 12. Sergun P.P. Pooschritelnyie pravovyie normyi: problemyi teorii // Pravo kak sotsiokulturnaya tsennost Materialyi konferentsii. 2001. S. 88-91.
- 13. Solovev A.A. Sistematizatsiya zakonodatelstva o sporte (rossiyskiy i zarubezhnyiy opyit): avtoref. diss. ... dokt. yurid. nauk. Moskva, 2011. 58 s.
 - 14. Skaridov A.S. Morskoe pravo. Moskva, 2014. 647 s.
- 15. Smashnikova T.B. Administrativno-pravovyie metodyi protivodeystviya nezakonnoy migratsii // Problemyi razvitiya sovremennogo obschestva materialyi Mezhdunarodnoy nauchno-

prakticheskoy konferentsii. Otvetstvennyiy redaktor Gorohov A.A.. 2011. S. 140-144.

- 16. Ulyanov A.Yu. Rol organov prokuraturyi v ispolnenii resheniy konstitutsionnogo suda Rossii // Zakonnost. 2017. № 4 (990). S. 21-24.
- 17. Usmanova R.M. Harakteristika metodov publichnogo regulirovaniya obschestvennyih otnosheniy v munitsipalnom prave // Gosudarstvennaya vlast i mestnoe samoupravlenie. 2012. N_2 5. S. 24-31.
- 18. Ertel A.G. Problemyi i sovershenstvovanie istochnikov pravovogo regulirovaniya mezhdunarodnyih perevozok // Sovremennaya nauchnaya myisl. 2015. № 2. S. 177-184.
- 19. Yakushev V.A. Pravovoe regulirovanie blagotvoritelnosti v drevnerusskom gosudarstve i Rusi v period udelnoy razdroblennosti // Yuridicheskaya nauka. 2015. № 4. S. 31-35.
 - 20. Shashkova A.V. Study manual on bases of Russian law. Cambridge, 2015. 30 s.

Author's information

Ermatov A.K. - senior lecturer at the Batken state University, chief.nauk@yandex.ru.

ЭКОНОМИКА. СОЦИОЛОГИЯ. ПРАВО.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций $Эл \ N\Phi \ C77-65142$ от 28.03.2016 г.

Главный редактор журнала:

доктор экономических наук, профессор А.И. Грищенков

Адрес учредителя:

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» 241036, г. Брянск, Бежицкая, 14.

Адрес редакции и издателя:

РИО ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского». 241036, г. Брянск, Бежицкая, 20.

Дата выхода журнала в свет 14.12.2017 г. ${\bf 16}+$